

3 1761 118917327

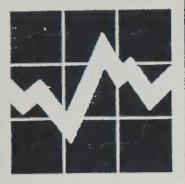


Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761118917327>

Retail Trade

January 1996



Commerce de détail

Janvier 1996



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des Centres régionaux de consultation.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'en-tremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

January 1996

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Janvier 1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

April 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually
United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually
Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 68, No. 1

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Avril 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année
États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année
Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 68, no. 1

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **G.W. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **P. Desjardins**, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

©

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G.W. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **P. Desjardins**, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

©

TABLE OF CONTENTS

Highlights	PAGE
	v
Charts	PAGE
	vii
For Further Reading	PAGE
	ix

Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates	28

Appendix

I. Definitions	PAGE
	31
II. Trade Group Coverage	PAGE
	33

TABLE DES MATIÈRES

PAGE	PAGE
v	Faits saillants
vii	Graphiques
ix	Lectures suggérées
	Tableau
1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnali- sées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnali- sées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de ré- ponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnali- sées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28
	Appendice
31	I. Définitions
33	II. Couverture des groupes de commerce

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Retail sales in current dollars rose 0.3% to \$17.7 billion (seasonally adjusted) in January 1996, the third straight monthly increase. Advances in November, December and January offset the declines of previous months, returning retail sales to the same level as the end of 1994. The sales trend has remained flat since January 1995. Before then, retail sales generally grew from early 1992 to the end of 1994.

In January, retailers recorded higher sales in four sectors, accounting for 65% of total sales. Advancing the most in dollar terms were the automotive, other retail and general merchandise sectors. Declines in the food, drug and furniture sectors limited the gain in total sales.

Sales rose in automotive and general merchandise stores

Sales in the automotive sector (includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and service outlets) increased 1.1%. This followed gains in both November (+0.3%) and December (+0.4%). The auto sector's sales have been generally increasing since April 1995.

All three of the auto sector's components reported higher sales. Motor vehicle and recreational vehicle dealers reported their first monthly sales increase (+1.0%) following four consecutive monthly declines. Retailers of automotive parts, accessories and services posted a 2.3% gain after a drop of 0.8% in December. Gasoline service stations saw sales rise 0.5% following an impressive 3.6% gain in December.

Higher sales in the general merchandise sector, which also contributed to the overall increase in January, advanced 2.0%. This was mostly due to the good performance of general merchandise stores other than traditional department stores. Discount stores and large store formats may have changed consumer's habits in recent years. These stores offer a large selection of products, including food, at competitive prices. Consumers may now be more sensitive to prices and selections than before.

FAITS SAILLANTS

Les ventes au détail en dollars courants ont augmenté de 0.3% pour s'élever à \$17.7 milliards (données désaisonnalisées) en janvier, une troisième hausse mensuelle consécutive. Les augmentations de novembre, décembre et janvier ont contrebalancé les baisses des mois précédents. Les ventes au détail sont revenues au niveau atteint à la fin de 1994. Les ventes ont tendance à stagner depuis janvier 1995, alors qu'elles avaient en général augmenté du début de 1992 jusqu'à la fin de 1994.

En janvier, les ventes au détail ont augmenté dans quatre secteurs, lesquels représentent 65% des ventes totales. Les hausses les plus fortes, en dollars, ont été enregistrées dans les secteurs de l'automobile et des autres magasins de détail ainsi que dans les magasins de marchandises diverses. Les reculs dans les secteurs de l'alimentation, des médicaments et de l'ameublement ont limité la progression des ventes totales.

Croissance des ventes dans l'automobile et les magasins de marchandises diverses

Les ventes dans le secteur de l'automobile (incluant les concessionnaires de véhicules automobiles neufs et usagés, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services) ont grimpé de 1.1%. Elles avaient affiché des gains de 0.3% en novembre et de 0.4% en décembre. Les ventes du secteur de l'automobile suivent une courbe ascendante depuis avril 1995.

Les trois composantes du secteur de l'automobile ont déclaré une progression des ventes. Celles des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont augmenté de 1.0%, ce qui constitue une première hausse mensuelle après quatre mois consécutifs de repli. En janvier, les détaillants de pièces, d'accessoires et de services ont vu leurs ventes grimper de 2.3%, après une diminution de 0.8% en décembre. Enfin, les ventes de stations-service ont augmenté de 0.5%, dans la foulée de la hausse remarquable de 3.6% en décembre.

La croissance des ventes dans le secteur des marchandises diverses a également contribué à l'augmentation générale. En janvier 1996, les ventes ont progressé de 2.0%, principalement sous l'impulsion du rendement intéressant des magasins de marchandises à rayons traditionnels. Il se peut que les magasins d'escompte et les magasins à grande surface aient entraîné une modification des habitudes des consommateurs ces dernières années. Ces magasins offrent un large éventail de produits, incluant des produits alimentaires, à des prix très concurrentiels. Les consommateurs semblent être plus sensibles qu'auparavant aux prix et choix offerts.

In contrast to the performance of the general merchandise sector, sales by food retailers plunged 2.6% in January, more than offsetting the 1.1% gain in December. This plunge continued the downward trend observed in the sector since April 1995, which followed generally steady growth since mid-1993.

In the other retail sectors, clothing store sales grew from January 1994 to March 1995. Since then, clothing retailers' sales have been decreasing. However, the rate of decline moderated in December 1995 and January 1996. The trend in the furniture sector has been decreasing since February 1995, after strong and steady growth since February 1994. Drug store sales have increased since July 1995, offsetting poor sales between October 1994 and June 1995.

Provinces at glance

Monthly sales increased in seven provinces and territories. Retailers in Nova Scotia and Manitoba showed the best performances in January. Partly offsetting these gains were lower sales in British Columbia, Prince Edward Island and the territories.

In Nova Scotia, sales advanced 3.2% in January, the third consecutive monthly increase. Moreover, for the first time since May 1995, retail sales in Nova Scotia were higher (+1.0%) than in the same month of the previous year.

Manitoba retailers saw sales grow 4.0% after a 2.2% increase in December. These two increases broke the pattern of alternating rises and falls since August 1995.

In Quebec, Alberta and Ontario, retail sales remained virtually unchanged. In Ontario, retail sales increased a slight 0.1% in January (+0.6% in December). Even so, retail sales in Ontario recorded a fourth consecutive year-over-year decline (-2.5%) in January.

À l'opposé de la performance du secteur des magasins de marchandises diverses, les ventes au détail dans le secteur de l'alimentation ont accusé un effondrement subit de 2.6% en janvier. Le gain de 1.1% enregistré en décembre 1995 a été ainsi plus que neutralisé. La tendance à la baisse observée dans le secteur depuis avril 1995 se poursuit donc, après une période de croissance généralement soutenue amorcée au milieu de 1993.

Dans les autres secteurs de ventes au détail, les magasins de vêtements ont enregistré une croissance de janvier 1994 à mars 1995. Depuis, les ventes des détaillants de vêtements ont diminué, bien que la diminution ait été moindre au cours des deux derniers mois. Dans le secteur de l'ameublement, la tendance est à la baisse depuis février 1995, après une croissance forte et soutenue remontant à février 1994. Enfin, les ventes de pharmacies ont augmenté depuis juillet 1995 et ont été suffisantes pour effacer les mauvaises ventes enregistrées entre octobre 1994 et juin 1995.

Aperçu des résultats provinciaux

Les ventes mensuelles ont augmenté dans sept provinces et territoires. Les détaillants de la Nouvelle-Écosse et du Manitoba ont affiché les meilleurs résultats en janvier. Ces gains ont été neutralisés en partie par la baisse des ventes en Colombie-Britannique, à l'Île-du-Prince-Édouard et dans les territoires.

En janvier, les ventes au détail ont grimpé de 3.2% en Nouvelle-Écosse, un troisième gain mensuel consécutif. En outre, pour la première fois depuis mai 1995, les ventes au détail en Nouvelle-Écosse sont supérieures (+1.0%) à ce qu'elles étaient l'année précédente.

Les ventes ont augmenté de 4.0% au Manitoba, après avoir affiché une hausse de 2.2% en décembre. Cela a mis un terme aux alternances de hausses et de baisses qui ont eu lieu depuis août 1995.

Les ventes demeurent pratiquement inchangées au Québec, en Alberta et en Ontario. En Ontario, les ventes ont augmenté faiblement (+0.1%) en janvier, après une hausse de 0.6% en décembre. Toutefois, les ventes d'une année à l'autre en Ontario ont enregistré une quatrième baisse consécutive (-2.5%) en janvier 1996.

Chart 1

Retail Sales, Canada

Graphique 1

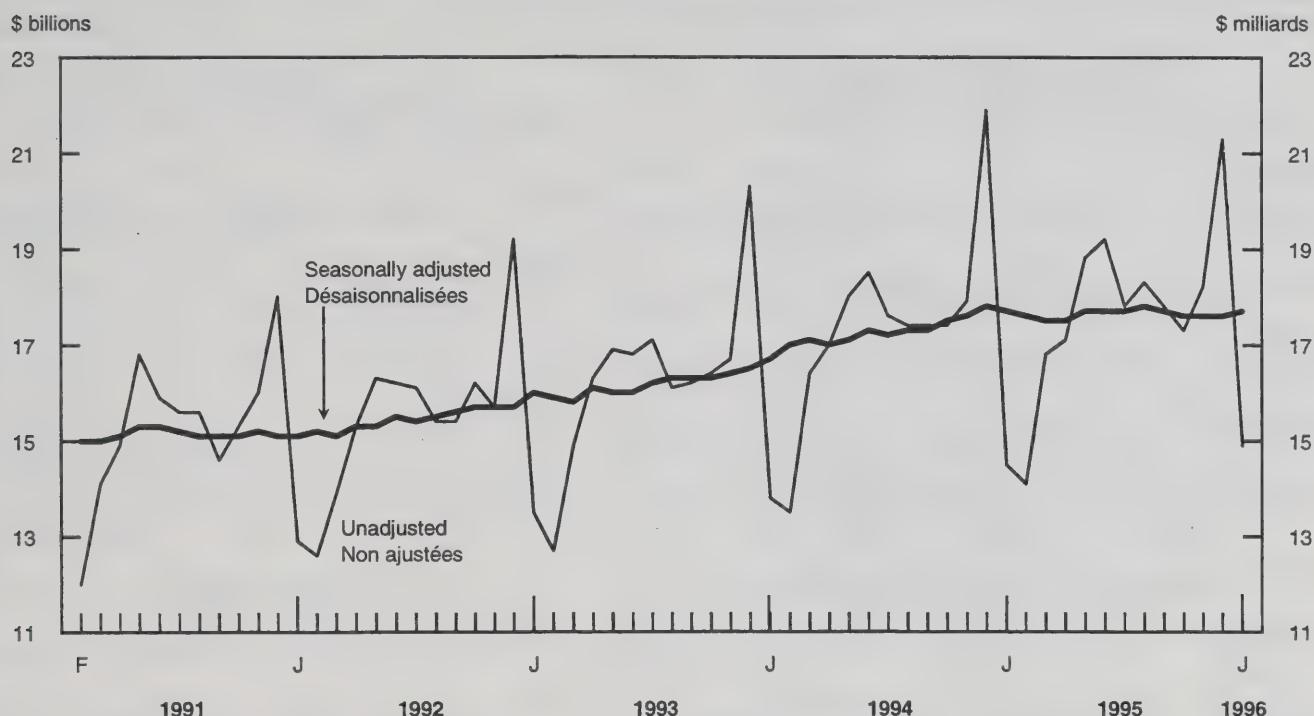
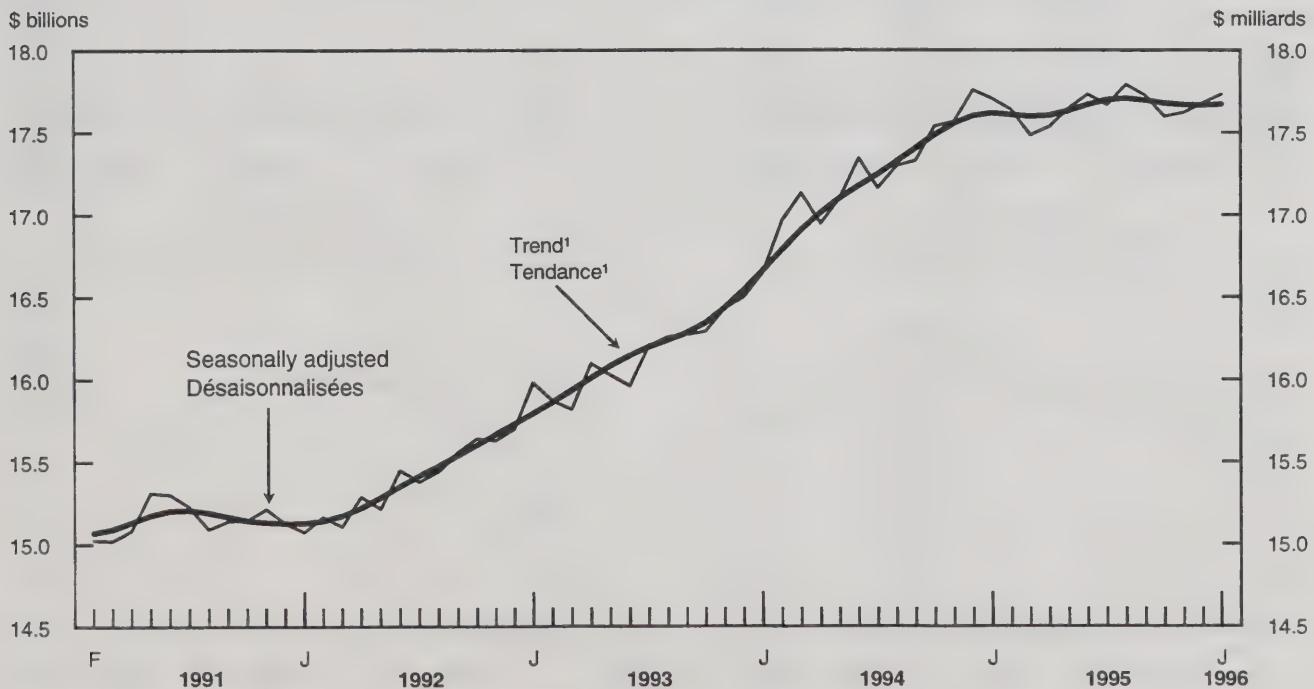
Ventes au détail, Canada

Chart 2

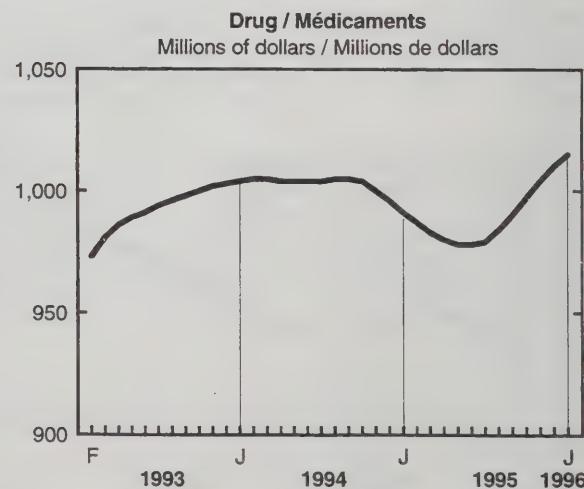
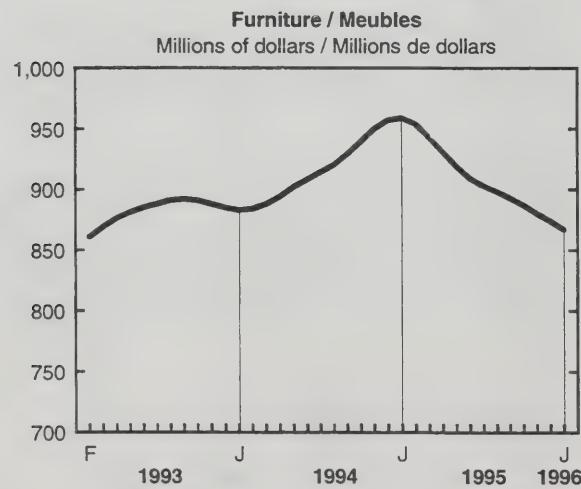
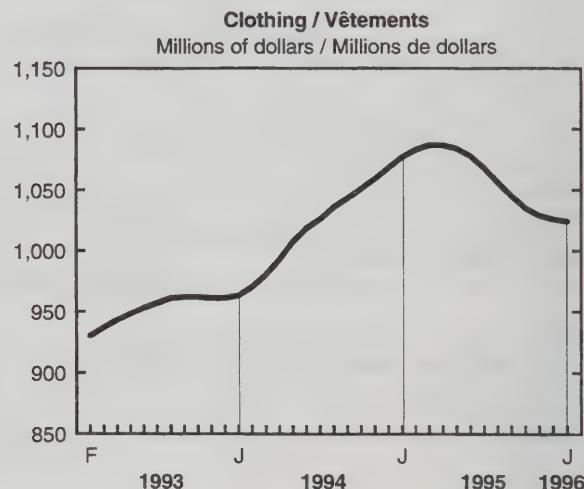
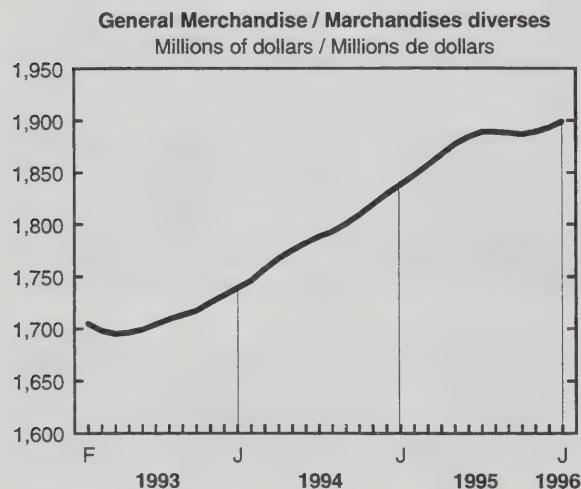
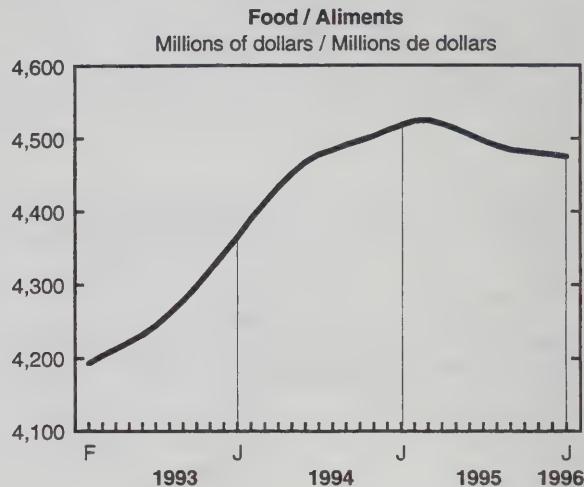
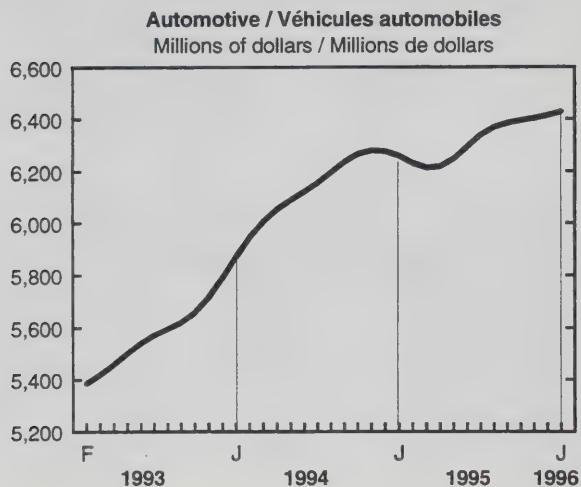
Retail Sales – Canada

Graphique 2

Ventes au détail – Canada¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002-XPB
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004-XPB
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007-XPB
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210-XPB
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213-XPB
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218-XPB
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219-XPB
Wholesaling and Retailing in Canada, Annual, Bilingual	Les commerces de gros et de détail au Canada, Annuel, Bilingue	63-236-XPB
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224-XPB
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541-XPB

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to- date 1996	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent			
		January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre		Cumulatif	January 1996 Janvier		
millions of dollars - millions de dollars										
Trade Group - Canada										
1	Supermarkets and grocery stores	4,003.0	4,136.8	4,095.2	4,119.7	4,003.0	-3.2	1.0		
2	All other food stores	375.3	357.3	350.6	347.4	375.3	5.0	1.9		
3	Drugs and patent medicine stores	1,010.9	1,014.6	1,002.1	993.6	1,010.9	-0.4	1.2		
4	Shoe stores	137.7	137.1	142.8	132.1	137.7	0.4	-4.0		
5	Men's clothing stores	129.9	129.5	123.3	130.1	129.9	0.3	5.1		
6	Women's clothing stores	326.0	325.7	323.9	326.8	326.0	0.1	0.6		
7	Other clothing stores	448.0	431.1	435.1	428.7	448.0	3.9	-0.9		
8	Household furniture and appliance stores	653.4	678.0	681.7	693.0	653.4	-3.6	-0.5		
9	Household furnishings stores	202.0	197.1	191.4	188.3	202.0	2.5	2.9		
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,188.9	4,146.2	4,153.8	4,173.7	4,188.9	1.0	-0.2		
11	Gasoline service stations	1,277.9	1,271.2	1,226.8	1,229.7	1,277.9	0.5	3.6		
12	Automotive parts, accessories and services	998.2	975.5	983.6	938.7	998.2	2.3	-0.8		
13	General merchandise stores	1,918.0	1,880.9	1,882.1	1,886.4	1,918.0	2.0	-0.1		
14	Other semi-durable goods stores	612.3	580.3	572.1	576.5	612.3	5.5	1.4		
15	Other durable goods stores	446.4	443.6	445.8	444.5	446.4	0.6	-0.5		
16	Other retail stores	971.1	938.9	977.8	955.7	971.1	3.4	-4.0		
17	Total, all stores	17,699.0	17,643.6	17,588.2	17,564.7	17,699.0	0.3	0.3		
Regions										
18	Newfoundland	282.3	278.3	284.8	287.1	282.3	1.5	-2.3		
19	Prince Edward Island	78.0	79.7	79.8	77.9	78.0	-2.2	-0.1		
20	Nova Scotia	548.6	531.5	521.3	518.2	548.6	3.2	1.9		
21	New Brunswick	443.4	439.9	435.0	428.1	443.4	0.8	1.1		
22	Quebec	4,225.6	4,219.6	4,232.1	4,202.0	4,225.6	0.1	-0.3		
23	Ontario	6,474.9	6,469.2	6,432.8	6,424.9	6,474.9	0.1	0.6		
24	Manitoba	636.8	612.1	599.0	613.9	636.8	4.0	2.2		
25	Saskatchewan	564.5	557.9	556.2	562.4	564.5	1.2	0.3		
26	Alberta	1,850.2	1,851.9	1,859.0	1,870.1	1,850.2	-0.1	-0.4		
27	British Columbia	2,536.9	2,543.9	2,529.5	2,519.7	2,536.9	-0.3	0.6		
28	Yukon	17.9	19.2	18.8	19.3	17.9	-6.9	1.9		
29	Northwest Territories	40.0	40.4	39.8	41.3	40.0	-1.0	1.5		

TABLEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)

Change from previous month		Change from previous year						N°	
Variation p. r. au mois précédent		Variation par rapport à l'année précédente							
November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	Year-to-date 1996 Cumulatif			
Per cent - pourcentage									
-0.6	-0.7	-3.9	-1.9	-1.8	-0.5	-3.9	Groupe de commerce - Canada		
0.9	-0.4	5.7	5.2	9.1	3.6	5.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1	
0.9	-0.1	1.5	2.1	0.8	-1.1	1.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2	
8.1	-8.2	-3.8	-8.0	-5.3	-9.0	-3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3	
-5.2	0.6	-7.2	-5.2	-7.3	-2.9	-7.2	Magasins de chaussures	4	
-0.9	-2.1	-8.6	-9.4	-7.5	-6.6	-8.6	Magasins de vêtements pour hommes	5	
1.5	-0.8	2.1	-0.5	1.5	5.2	2.1	Magasins de vêtements pour dames	6	
-1.6	-1.9	-15.2	-13.3	-8.5	-8.0	-15.2	Autres magasins de vêtements	7	
1.7	0.6	4.4	2.9	-1.6	-2.4	4.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8	
-0.5	-0.6	1.9	0.2	2.1	1.7	1.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9	
-0.2	-0.4	12.4	7.3	3.4	5.0	12.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10	
4.8	-1.7	-1.2	-4.2	-3.2	-5.7	-1.2	Stations-service	11	
-0.2	0.8	3.4	2.4	4.2	4.0	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12	
-0.8	-5.0	2.6	-3.0	-6.2	-5.7	2.6	Magasins de marchandises diverses	13	
0.3	-0.1	-8.8	-5.3	-7.0	-4.5	-8.8	Autres magasins de produits semi-durables	14	
2.3	0.1	1.6	2.1	6.1	3.9	1.6	Autres magasins de produits durables	15	
0.1	-0.7	-0.1	-0.7	0.1	0.1	-0.1	Autres magasins de vente au détail	16	
							Total, ensemble des magasins	17	
Régions									
-0.8	-0.6	-1.1	-2.7	0.3	--	-1.1	Terre-Neuve	18	
2.5	-0.7	6.3	9.2	10.2	4.3	6.3	Île-du-Prince-Édouard	19	
0.6	-1.2	1.0	-2.5	-3.9	-4.3	1.0	Nouvelle-Écosse	20	
1.6	-1.3	8.5	4.8	5.9	4.5	8.5	Nouveau-Brunswick	21	
0.7	0.4	-0.1	-1.0	-0.1	0.7	-0.1	Québec	22	
0.1	-2.4	-2.5	-2.1	-1.8	-1.4	-2.5	Ontario	23	
-2.4	-0.9	8.6	2.8	2.6	3.9	8.6	Manitoba	24	
-1.1	1.0	6.1	4.8	4.6	2.8	6.1	Saskatchewan	25	
-0.6	1.7	2.0	-0.1	2.4	1.8	2.0	Alberta	26	
0.4	-0.2	-0.2	0.5	1.5	0.4	-0.2	Colombie-Britannique	27	
-2.1	4.0	2.2	5.2	7.9	9.8	2.2	Yukon	28	
-3.4	-1.1	-1.6	0.1	-0.1	3.4	-1.6	Territoires du Nord-Ouest	29	

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes					
		January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	3,729.1	4,534.2	4,017.0	3,935.7	3,729.1	
2	All other food stores	311.6	433.9	319.0	330.3	311.6	
3	Drugs and patent medicine stores	979.9	1,252.8	1,012.3	1,002.1	979.9	
4	Shoe stores	102.0	186.3	168.7	141.6	102.0	
5	Men's clothing stores	100.7	279.2	152.0	126.9	100.7	
6	Women's clothing stores	231.8	550.5	349.4	324.0	231.8	
7	Other clothing stores	324.6	740.8	510.3	439.8	324.6	
8	Household furniture and appliance stores	557.4	987.1	760.5	727.4	557.4	
9	Household furnishings stores	162.1	243.0	212.9	195.7	162.1	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,404.7	3,345.8	3,917.5	4,099.3	3,404.7	
11	Gasoline service stations	1,190.6	1,256.7	1,228.5	1,259.4	1,190.6	
12	Automotive parts, accessories and services	868.0	1,057.5	1,102.5	954.0	868.0	
13	General merchandise stores	1,386.6	3,255.8	2,366.9	1,929.5	1,386.6	
14	Other semi-durable goods stores	445.3	910.4	608.1	546.2	445.3	
15	Other durable goods stores	345.1	863.3	461.0	385.3	345.1	
16	Other retail stores	718.6	1,433.0	972.7	896.6	718.6	
17	Total, all stores	14,858.1	21,330.3	18,159.5	17,293.8	14,858.1	
Regions							
18	Newfoundland	221.8	349.8	305.7	283.8	221.8	
19	Prince Edward Island	61.1	95.1	81.8	75.1	61.1	
20	Nova Scotia	454.9	659.9	544.2	503.3	454.9	
21	New Brunswick	359.0	529.4	460.1	423.2	359.0	
22	Quebec	3,486.8	4,779.3	4,303.3	4,103.5	3,486.8	
23	Ontario	5,494.6	8,020.8	6,772.4	6,322.4	5,494.6	
24	Manitoba	529.1	760.1	624.6	611.3	529.1	
25	Saskatchewan	484.2	678.9	581.0	572.5	484.2	
26	Alberta	1,541.1	2,286.6	1,904.1	1,850.2	1,541.1	
27	British Columbia	2,178.5	3,101.3	2,523.3	2,489.3	2,178.5	
28	Yukon	13.8	21.3	18.2	18.7	13.8	
29	Northwest Territories	33.2	47.7	40.8	40.4	33.2	

TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
					Groupe de commerce - Canada
-3.0	-4.0	0.8	-3.3	-3.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
7.0	5.6	6.4	1.3	7.0	Tous les autres magasins d'alimentation 2
3.4	0.4	2.1	-1.1	3.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-4.9	-11.2	-3.6	-11.6	-4.9	Magasins de chaussures 4
-4.3	-6.4	-6.2	-7.8	-4.3	Magasins de vêtements pour hommes 5
-7.2	-8.4	-7.0	-8.3	-7.2	Magasins de vêtements pour dames 6
6.6	-0.2	4.8	3.9	6.6	Autres magasins de vêtements 7
-13.7	-13.8	-5.7	-5.6	-13.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
9.5	2.5	-2.2	-1.8	9.5	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
6.7	-1.9	1.8	4.2	6.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
12.6	6.3	3.7	4.1	12.6	Stations-service 11
3.7	-6.8	-1.7	-4.9	3.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
5.9	1.4	4.9	2.9	5.9	Magasins de marchandises diverses 13
4.8	-5.3	-6.5	-6.3	4.8	Autres magasins de produits semi-durables 14
-6.6	-6.6	-4.5	-6.7	-6.6	Autres magasins de produits durables 15
3.3	-0.9	10.3	1.9	3.3	Autres magasins de vente au détail 16
2.3	-2.5	1.3	-0.3	2.3	Total, ensemble des magasins 17
					Régions
-0.2	-5.3	0.3	0.3	-0.2	Terre-Neuve 18
5.5	6.5	12.2	3.3	5.5	Île-du-Prince-Édouard 19
3.7	-4.8	-2.3	-6.1	3.7	Nouvelle-Écosse 20
10.2	2.4	5.6	3.7	10.2	Nouveau-Brunswick 21
2.9	-3.7	2.6	0.2	2.9	Québec 22
0.2	-3.9	-0.4	-2.1	0.2	Ontario 23
9.1	-0.1	3.0	3.9	9.1	Manitoba 24
8.1	2.6	5.2	4.2	8.1	Saskatchewan 25
2.4	-1.1	2.7	2.2	2.4	Alberta 26
2.3	-0.1	1.2	-0.3	2.3	Colombie-Britannique 27
5.3	4.4	9.6	8.1	5.3	Yukon 28
0.1	-1.6	1.3	0.6	0.1	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	12,487.0	12,783.4	12,713.5	11,717.6	12,778.9
2	All other food stores	1,083.3	1,076.9	1,120.5	918.1	1,036.8
3	Drugs and patent medicine stores	3,267.2	2,879.1	2,891.7	2,814.9	3,252.5
4	Shoe stores	496.6	459.2	473.3	318.5	545.1
5	Men's clothing stores	558.1	352.6	401.0	295.9	598.0
6	Women's clothing stores	1,224.0	1,034.7	1,086.6	769.0	1,329.7
7	Other clothing stores	1,691.0	1,319.8	1,204.8	954.5	1,653.2
8	Household furniture and appliance stores	2,475.0	2,174.6	2,031.6	1,915.8	2,722.7
9	Household furnishings stores	651.7	578.4	567.6	474.2	654.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11,362.6	12,747.5	14,457.5	10,822.3	11,195.3
11	Gasoline service stations	3,744.6	3,941.6	3,693.8	3,236.3	3,576.0
12	Automotive parts, accessories and services	3,114.0	2,895.9	3,054.3	2,474.3	3,259.5
13	General merchandise stores	7,552.2	5,365.1	5,354.8	4,183.1	7,344.0
14	Other semi-durable goods stores	2,064.6	1,861.6	1,866.4	1,312.8	2,194.5
15	Other durable goods stores	1,709.6	1,378.6	1,350.2	1,092.4	1,820.3
16	Other retail stores	3,302.2	3,026.9	2,833.6	2,169.6	3,206.9
17	Total, all stores	56,783.6	53,875.7	55,101.2	45,469.4	57,167.5
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	268.6	297.2	288.1	252.8	269.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	70.6	66.7	69.1	66.2	75.8
4	Shoe stores	6.4	5.7	5.4	3.3	7.3
5	Men's clothing stores	4.8	3.0	3.7	2.5	7.7
6	Women's clothing stores	18.9	12.1	12.0	8.2	21.2
7	Other clothing stores	17.9	11.4	9.1	7.2	17.3
8	Household furniture and appliance stores	33.1	24.6	20.9	17.3	37.7
9	Household furnishings stores	4.6	3.5	3.7	2.9	5.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	126.7	165.2	191.0	119.2	119.4
11	Gasoline service stations	88.5	99.4	87.2	76.9	85.8
12	Automotive parts, accessories and services	44.4	41.7	42.8	34.0	44.7
13	General merchandise stores	167.2	106.5	100.8	73.2	167.4
14	Other semi-durable goods stores	33.8	29.8	30.9	20.0	39.7
15	Other durable goods stores	13.9	8.9	8.8	7.2	19.4
16	Other retail stores	33.0	20.0	18.5	15.7	32.1
17	Total, all stores	939.2	904.6	901.2	714.3	956.9

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
-2.3	0.2	0.9	0.8	3.6	Canada			
4.5	5.8	22.1	22.5	18.7		1		
0.5	-3.1	-2.1	-1.6	-0.5		2		
-8.9	1.0	3.7	1.6	8.9		3		
-6.7	-1.4	-6.5	-6.8	-8.6		4		
-8.0	2.7	9.7	8.8	11.7		5		
2.3	6.1	13.5	22.3	18.2		6		
-9.1	-0.8	0.6	10.3	8.0		7		
-0.4	-5.3	0.8	3.3	1.4		8		
1.5	7.7	3.1	7.8	13.3		9		
4.7	3.1	4.5	-1.0	0.3		10		
-4.5	-3.2	-3.9	1.6	9.0		11		
2.8	5.2	6.3	3.3	5.7		12		
-5.9	1.5	1.4	0.9	7.8		13		
-6.1	-1.8	-0.1	5.1	6.3		14		
3.0	6.6	9.4	7.6	11.7		15		
-0.7	2.7	2.9	4.0	7.1		16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Terre-Neuve								
-0.5	2.7	6.8	5.2	-1.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-6.8	2.8	5.4	3.8	5.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-11.8	0.9	2.9	-10.2	1.1	Magasins de chaussures	4		
-37.6	-11.8	-5.4	3.9	-4.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-10.7	-9.4	-3.1	0.1	4.2	Magasins de vêtements pour dames	6		
3.8	15.2	12.7	14.3	-44.3	Autres magasins de vêtements	7		
-12.3	1.1	0.1	2.3	9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-8.2	-11.7	4.6	8.8	-3.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
6.1	4.4	-0.9	-5.2	5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
3.2	25.0	21.2	14.6	9.5	Stations-service	11		
-0.6	-1.5	-7.0	2.2	-9.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-0.1	-6.6	-2.9	-11.8	6.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-14.8	-6.5	5.9	9.4	26.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-28.3	-24.6	-25.4	-27.6	3.3	Autres magasins de produits durables	15		
2.6	-9.3	-3.1	-8.4	0.4	Autres magasins de vente au détail	16		
-1.8	2.8	3.7	1.7	2.1	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island						
1	Supermarkets and grocery stores	58.5	63.4	58.0	50.9	55.2
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	18.4	17.1	16.2	15.7	16.9
4	Shoe stores	x	x	x	x	x
5	Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	6.2	6.5	3.5	2.1	5.6
8	Household furniture and appliance stores	6.4	5.7	5.5	5.0	7.6
9	Household furnishings stores	1.6	1.4	1.3	1.1	1.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	43.4	47.9	54.9	34.4	40.9
11	Gasoline service stations	33.3	37.3	26.4	21.1	23.1
12	Automotive parts, accessories and services	13.6	11.6	13.2	9.9	14.3
13	General merchandise stores	30.4	23.3	22.2	15.1	32.0
14	Other semi-durable goods stores	14.3	13.7	10.8	7.0	11.1
15	Other durable goods stores	4.4	3.3	2.8	1.9	4.0
16	Other retail stores	11.3	13.7	11.0	8.5	12.5
17	Total, all stores	252.0	255.3	234.2	177.8	235.0
Nova Scotia						
1	Supermarkets and grocery stores	439.5	463.5	454.3	419.5	458.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	127.5	112.6	118.7	112.7	127.6
4	Shoe stores	11.1	10.7	10.2	6.2	11.2
5	Men's clothing stores	11.4	6.7	7.0	5.7	12.9
6	Women's clothing stores	35.6	24.3	24.5	18.5	39.6
7	Other clothing stores	46.1	31.2	25.0	20.9	44.9
8	Household furniture and appliance stores	49.6	37.0	35.8	32.7	53.0
9	Household furnishings stores	15.7	15.0	10.9	9.6	16.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	276.6	321.0	418.2	298.7	298.7
11	Gasoline service stations	113.2	124.7	123.0	102.5	124.4
12	Automotive parts, accessories and services	78.2	74.8	78.0	60.0	85.3
13	General merchandise stores	263.6	173.2	167.0	125.1	266.3
14	Other semi-durable goods stores	63.3	53.3	50.2	37.9	70.2
15	Other durable goods stores	46.7	30.5	27.9	20.0	40.8
16	Other retail stores	105.7	108.9	97.1	71.8	109.0
17	Total, all stores	1,707.4	1,613.9	1,676.5	1,363.4	1,785.9

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
5.9	12.0	14.5	9.3	7.3	Île-du-Prince-Édouard			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
9.0	2.2	0.9	1.9	-4.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
..	Magasins de vêtements pour hommes	5		
10.7	-4.5	-4.0	-7.5	7.2	Magasins de vêtements pour dames	6		
-16.7	-14.2	-9.9	-1.7	-5.9	Autres magasins de vêtements	7		
-13.4	-43.4	-42.1	-38.0	-20.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
6.0	17.7	3.5	-0.1	13.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
43.9	30.6	11.8	-5.4	-7.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-5.1	-16.1	-7.7	-4.5	0.4	Stations-service	11		
-5.0	-2.7	2.6	-8.1	-1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
29.2	19.1	22.5	18.4	6.2	Magasins de marchandises diverses	13		
9.7	12.9	14.5	-6.4	-6.7	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-9.8	-10.5	-2.3	-1.4	1.7	Autres magasins de produits durables	15		
7.2	8.6	5.8	0.9	2.5	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Nouvelle-Écosse								
-4.1	-2.1	3.5	8.5	5.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
--	0.7	9.7	1.0	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-0.9	12.8	14.7	-7.4	-0.3	Magasins de chaussures	4		
-12.0	5.1	1.0	6.4	-14.8	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-10.2	-12.3	-7.0	-3.0	-1.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
2.7	10.8	13.2	17.2	26.7	Autres magasins de vêtements	7		
-6.4	-11.2	-6.5	-10.9	--	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-6.6	1.9	-16.9	7.1	31.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-7.4	-4.5	0.7	-4.6	7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-9.0	-10.9	-11.8	-27.2	-28.5	Stations-service	11		
-8.3	-1.9	-9.8	3.3	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-1.0	1.1	3.0	-1.7	1.0	Magasins de marchandises diverses	13		
-9.8	1.7	4.4	1.6	9.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
14.4	16.3	16.0	5.0	0.7	Autres magasins de produits durables	15		
-3.1	3.0	3.6	-3.8	0.9	Autres magasins de vente au détail	16		
-6.4	-2.0	1.4	-1.1	1.5	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	313.4	333.1	316.6	282.4	308.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	128.4	109.4	107.0	101.6	113.6
4	Shoe stores	10.9	9.6	9.5	5.8	10.8
5	Men's clothing stores	10.4	5.2	6.5	4.8	12.5
6	Women's clothing stores	32.8	22.6	23.1	15.7	32.7
7	Other clothing stores	32.7	23.2	15.9	11.9	26.0
8	Household furniture and appliance stores	51.2	40.4	33.6	31.5	51.7
9	Household furnishings stores	15.8	12.5	11.5	8.8	13.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	265.6	311.3	342.3	223.5	232.3
11	Gasoline service stations	90.9	108.0	96.2	94.4	116.1
12	Automotive parts, accessories and services	91.1	81.2	84.7	65.1	90.6
13	General merchandise stores	215.0	137.8	129.8	97.6	203.8
14	Other semi-durable goods stores	45.5	37.2	37.3	23.6	40.9
15	Other durable goods stores	30.0	22.4	20.1	15.1	33.5
16	Other retail stores	67.4	66.2	58.9	44.0	68.0
17	Total, all stores	1,412.8	1,333.6	1,305.5	1,031.5	1,361.0
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,307.9	3,391.4	3,397.8	3,165.3	3,550.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	774.0	640.7	660.2	663.8	741.8
4	Shoe stores	177.5	153.6	160.5	95.3	186.5
5	Men's clothing stores	134.0	84.1	104.3	66.7	144.8
6	Women's clothing stores	332.3	301.3	315.4	211.0	336.1
7	Other clothing stores	451.9	378.2	370.8	264.4	428.2
8	Household furniture and appliance stores	637.8	616.8	603.0	460.3	627.9
9	Household furnishings stores	149.5	148.3	158.9	106.2	145.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,371.2	2,750.9	3,228.7	2,258.9	2,331.2
11	Gasoline service stations	871.5	805.3	753.3	668.4	735.7
12	Automotive parts, accessories and services	829.7	762.1	815.0	608.3	827.2
13	General merchandise stores	1,479.2	1,117.6	1,145.0	860.8	1,456.9
14	Other semi-durable goods stores	468.8	460.5	471.1	329.5	489.9
15	Other durable goods stores	345.9	294.6	295.0	219.7	352.5
16	Other retail stores	518.9	426.2	465.0	352.5	543.0
17	Total, all stores	13,186.2	12,672.6	13,290.5	10,641.6	13,251.7

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
1.7	4.2	1.0	-9.1	-13.9	Nouveau-Brunswick			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
13.0	13.4	13.5	15.2	24.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
0.7	16.8	18.2	12.1	17.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-16.9	-29.2	-22.0	-12.3	-19.7	Magasins de chaussures	4		
0.4	-1.9	6.2	3.2	0.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
25.6	23.9	2.7	-7.0	-6.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
-1.0	8.6	-1.4	2.5	7.8	Autres magasins de vêtements	7		
19.8	12.4	10.4	15.5	18.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
14.3	28.7	5.7	-7.9	-5.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-21.7	-12.4	-12.0	-1.5	8.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
0.6	-3.6	3.2	14.8	18.5	Stations-service	11		
5.5	-0.7	-7.2	-8.5	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
11.2	21.6	20.7	19.6	2.1	Magasins de marchandises diverses	13		
-10.5	0.7	0.8	7.2	20.7	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-1.0	3.3	9.4	4.2	2.5	Autres magasins de produits durables	15		
3.8	8.0	2.3	-2.7	-0.2	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Québec								
-6.8	-5.7	-5.9	-4.1	2.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
4.3	-12.6	-11.4	-4.4	-7.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-4.8	1.9	2.7	-0.7	6.4	Magasins de chaussures	4		
-7.5	-11.1	-10.1	-9.9	-1.9	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-1.1	7.2	12.3	7.2	15.0	Magasins de vêtements pour dames	6		
5.5	11.3	16.3	19.1	17.7	Autres magasins de vêtements	7		
1.6	9.8	14.6	22.7	8.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
2.6	3.9	14.6	18.1	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
1.7	-1.2	-10.6	-4.8	2.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
18.5	6.7	6.6	-5.8	2.1	Stations-service	11		
0.3	4.2	--	4.5	6.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
1.5	2.3	4.0	1.1	7.0	Magasins de marchandises diverses	13		
-4.3	-1.1	0.9	12.8	16.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-1.9	7.7	7.4	6.4	17.6	Autres magasins de produits durables	15		
-4.4	-0.9	2.2	7.0	11.0	Autres magasins de vente au détail	16		
-0.5	-0.7	-2.7	-0.4	4.9	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
millions of dollars - millions de dollars						
	Ontario					
1	Supermarkets and grocery stores	3,921.9	4,007.8	4,031.3	3,804.6	4,043.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,242.5	1,112.1	1,129.6	1,077.1	1,247.3
4	Shoe stores	166.6	155.4	162.7	118.8	196.6
5	Men's clothing stores	215.6	138.4	162.4	122.7	242.9
6	Women's clothing stores	449.0	372.5	406.3	289.2	519.7
7	Other clothing stores	624.9	470.8	426.3	357.7	624.5
8	Household furniture and appliance stores	840.0	724.5	689.9	724.5	1,015.2
9	Household furnishings stores	235.1	212.6	211.3	183.2	264.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,484.9	5,028.7	5,629.0	4,381.5	4,684.8
11	Gasoline service stations	1,400.0	1,468.3	1,381.2	1,213.1	1,303.0
12	Automotive parts, accessories and services	1,185.7	1,067.4	1,163.4	980.0	1,265.1
13	General merchandise stores	2,904.3	1,959.3	1,963.9	1,550.1	2,796.5
14	Other semi-durable goods stores	775.5	693.5	674.6	478.2	835.8
15	Other durable goods stores	650.6	506.8	513.6	433.0	730.9
16	Other retail stores	1,538.9	1,445.0	1,304.0	969.2	1,421.7
17	Total, all stores	21,115.6	19,840.4	20,360.3	17,071.4	21,601.2
	Manitoba					
1	Supermarkets and grocery stores	507.6	500.3	492.1	435.6	480.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	86.4	75.1	71.8	65.4	72.9
4	Shoe stores	15.1	12.4	13.0	8.2	13.8
5	Men's clothing stores	15.1	9.2	11.1	8.3	17.5
6	Women's clothing stores	31.0	26.1	28.6	20.8	37.7
7	Other clothing stores	59.5	41.4	37.0	29.5	55.5
8	Household furniture and appliance stores	75.8	64.3	57.5	53.3	82.6
9	Household furnishings stores	16.1	14.9	14.1	12.1	14.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	361.8	408.7	465.8	333.8	352.7
11	Gasoline service stations	156.0	177.9	176.0	151.9	164.3
12	Automotive parts, accessories and services	102.7	90.3	91.1	65.5	86.7
13	General merchandise stores	314.3	229.0	231.6	188.1	322.8
14	Other semi-durable goods stores	66.4	49.7	47.9	37.3	61.8
15	Other durable goods stores	65.1	54.6	56.9	42.3	71.4
16	Other retail stores	100.1	85.5	80.5	63.5	96.1
17	Total, all stores	1,996.0	1,859.4	1,900.1	1,536.8	1,955.5

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
-3.0	0.9	1.4	3.4	4.6	Ontario			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-0.4	-1.6	1.3	0.4	2.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-15.3	-5.3	-5.5	-1.9	4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-11.3	-2.5	-8.8	-7.5	-12.3	Magasins de chaussures	4		
-13.6	-0.8	6.9	11.2	11.5	Magasins de vêtements pour hommes	5		
0.1	1.8	12.7	32.3	21.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
-17.3	-11.1	-4.9	9.9	4.4	Autres magasins de vêtements	7		
-11.1	-13.7	-4.4	-0.6	8.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-4.3	11.7	5.8	13.1	16.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
7.4	8.3	5.9	-0.4	-0.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-6.3	-6.6	-4.4	1.5	11.0	Stations-service	11		
3.9	6.9	8.8	6.8	7.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-7.2	7.0	4.0	-0.4	2.6	Magasins de marchandises diverses	13		
-11.0	-6.4	-2.7	9.9	7.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
8.2	10.9	14.3	10.7	13.6	Autres magasins de produits durables	15		
-2.2	4.1	4.6	7.3	8.6	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Manitoba								
5.8	4.5	3.6	-5.3	0.5	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
18.5	18.0	12.7	5.9	2.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
9.7	26.5	24.5	2.1	11.1	Magasins de chaussures	4		
-13.8	-8.2	-12.7	-13.5	-18.8	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-17.9	-11.4	-10.6	-9.9	-8.5	Magasins de vêtements pour dames	6		
7.1	6.7	7.1	9.7	13.8	Autres magasins de vêtements	7		
-8.3	9.7	3.2	6.3	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
9.2	13.4	6.2	22.0	0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
2.6	19.5	15.4	7.5	9.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-5.0	4.4	19.8	11.0	11.4	Stations-service	11		
18.4	5.7	-4.4	-9.0	-8.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-2.6	2.2	3.8	0.8	6.8	Magasins de marchandises diverses	13		
7.4	8.5	-7.1	2.6	5.2	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-8.8	8.6	22.0	26.5	26.3	Autres magasins de produits durables	15		
4.2	11.2	10.2	0.7	8.1	Autres magasins de vente au détail	16		
2.1	8.0	7.9	1.7	5.1	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
millions of dollars - millions de dollars						
	Saskatchewan					
1	Supermarkets and grocery stores	431.1	428.3	409.2	355.3	373.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	79.8	84.9	86.6	84.3	108.3
4	Shoe stores	10.4	10.4	12.0	7.4	12.1
5	Men's clothing stores	15.5	6.9	8.3	6.3	14.3
6	Women's clothing stores	29.2	22.6	24.5	17.5	30.3
7	Other clothing stores	49.9	35.2	33.7	24.1	46.1
8	Household furniture and appliance stores	58.4	52.0	47.9	48.9	66.8
9	Household furnishings stores	20.8	16.0	15.7	14.4	20.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	421.9	387.6	407.8	315.4	371.5
11	Gasoline service stations	138.5	154.2	139.5	121.7	132.8
12	Automotive parts, accessories and services	95.2	117.0	128.2	92.1	131.5
13	General merchandise stores	271.8	197.2	202.0	159.3	258.1
14	Other semi-durable goods stores	67.5	53.7	45.9	34.9	60.1
15	Other durable goods stores	48.3	38.7	36.8	27.3	48.7
16	Other retail stores	78.5	71.4	65.7	51.5	77.3
17	Total, all stores	1,832.4	1,688.4	1,674.6	1,370.1	1,763.4
	Alberta					
1	Supermarkets and grocery stores	1,365.5	1,400.5	1,400.5	1,258.2	1,378.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	298.9	263.4	252.8	252.9	302.0
4	Shoe stores	41.6	42.3	42.4	29.4	44.9
5	Men's clothing stores	66.0	41.9	39.0	30.7	55.9
6	Women's clothing stores	120.4	97.2	103.0	77.6	137.9
7	Other clothing stores	197.0	154.6	129.6	102.2	185.7
8	Household furniture and appliance stores	303.7	253.4	226.2	234.0	330.0
9	Household furnishings stores	76.9	60.7	52.4	47.0	60.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,321.2	1,388.4	1,592.2	1,104.2	1,108.0
11	Gasoline service stations	335.0	374.7	364.4	325.8	387.7
12	Automotive parts, accessories and services	316.2	308.5	315.9	273.8	392.8
13	General merchandise stores	784.6	557.9	553.7	445.5	758.1
14	Other semi-durable goods stores	208.3	171.7	192.7	125.1	220.3
15	Other durable goods stores	211.1	164.9	146.3	119.8	209.8
16	Other retail stores	353.6	310.7	299.4	233.7	357.5
17	Total, all stores	6,041.0	5,626.0	5,745.2	4,692.2	5,977.8

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
15.4	10.3	6.6	2.7	1.4	Saskatchewan			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-26.3	-19.3	-21.1	-20.8	4.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-14.3	7.7	25.3	8.7	27.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
8.7	-16.6	-24.6	-27.4	-10.4	Magasins de chaussures	4		
-3.6	-2.4	2.5	-0.6	3.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
8.3	13.2	26.8	12.8	23.8	Magasins de vêtements pour dames	6		
-12.6	6.8	7.1	19.9	21.3	Autres magasins de vêtements	7		
4.0	0.1	3.7	10.3	19.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
13.6	18.3	12.4	10.1	21.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
4.3	5.3	6.0	7.8	7.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-27.6	-7.8	-2.7	1.5	41.0	Stations-service	11		
5.3	8.4	10.2	7.5	5.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
12.2	17.0	-12.9	-9.7	-4.2	Magasins de marchandises diverses	13		
-0.8	0.7	-10.5	-7.9	-14.2	Autres magasins de produits semi-durables	14		
1.6	3.3	2.8	7.0	-7.6	Autres magasins de produits durables	15		
3.9	7.1	4.5	3.5	9.0	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Alberta								
-1.0	2.3	3.8	-1.2	1.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-1.0	0.6	-5.1	-9.1	-8.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-7.4	7.6	30.1	23.5	35.4	Magasins de chaussures	4		
18.0	34.6	-3.6	-18.7	-24.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-12.7	0.9	15.3	12.3	18.9	Magasins de vêtements pour dames	6		
6.1	10.1	11.9	15.8	20.0	Autres magasins de vêtements	7		
-8.0	-0.4	-10.4	1.8	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
26.3	2.1	-5.7	-10.6	-11.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
19.2	13.4	5.4	3.7	10.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-13.6	-16.5	-9.6	-3.2	1.4	Stations-service	11		
-19.5	-15.7	-16.8	-2.8	18.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
3.5	5.8	7.0	3.9	2.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-5.4	-12.9	-3.1	-18.5	-4.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
0.6	-5.4	-2.6	5.9	6.9	Autres magasins de produits durables	15		
-1.1	5.1	9.1	6.5	24.1	Autres magasins de vente au détail	16		
1.1	1.9	1.3	0.2	5.4	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,827.0	1,848.8	1,817.5	1,652.5	1,815.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	434.3	390.9	373.4	369.4	439.4
4	Shoe stores	54.5	56.5	55.5	42.9	59.5
5	Men's clothing stores	82.3	55.0	56.8	46.9	86.4
6	Women's clothing stores	169.8	151.2	144.7	107.5	169.0
7	Other clothing stores	200.6	163.6	150.5	132.0	214.9
8	Household furniture and appliance stores	413.1	350.7	306.7	304.4	444.9
9	Household furnishings stores	114.2	91.9	86.6	87.8	109.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,669.2	1,915.6	2,103.7	1,735.5	1,638.9
11	Gasoline service stations	505.8	577.1	533.9	450.3	492.5
12	Automotive parts, accessories and services	351.2	333.5	313.8	280.1	315.8
13	General merchandise stores	1,065.9	810.8	785.2	624.3	1,024.5
14	Other semi-durable goods stores	312.9	290.8	298.4	214.8	356.5
15	Other durable goods stores	288.2	248.5	237.0	202.7	303.4
16	Other retail stores	484.0	468.2	423.3	351.8	479.0
17	Total, all stores	8,113.9	7,890.0	7,824.4	6,721.0	8,095.9
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	45.9	49.2	47.9	40.5	45.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	x	x	x	x	x
5	Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6	Women's clothing stores	1.1	1.0	1.3	0.9	1.4
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	5.9	5.1	4.6	4.0	5.1
9	Household furnishings stores	1.3	1.4	1.2	1.1	1.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.3	22.1	23.9	17.2	16.8
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	55.8	52.6	53.6	44.0	57.6
14	Other semi-durable goods stores	8.4	7.7	6.8	4.5	8.1
15	Other durable goods stores	5.2	5.3	5.2	3.3	5.7
16	Other retail stores	10.9	11.0	10.1	7.6	10.7
17	Total, all stores	187.1	191.4	188.8	149.3	183.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4		
Per cent - pourcentage						
0.6	4.6	7.4	6.9	10.9	Colombie-Britannique	
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
-1.2	3.0	3.5	2.2	2.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-8.4	0.8	8.3	3.9	14.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-4.7	4.7	13.9	15.7	12.5	Magasins de chaussures	4
0.4	13.7	21.5	13.9	15.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
-6.7	-0.1	11.6	19.8	22.4	Magasins de vêtements pour dames	6
-7.1	3.2	-1.7	5.3	21.3	Autres magasins de vêtements	7
4.1	-7.6	-2.8	0.7	-13.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.8	3.2	16.5	24.1	30.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
2.7	2.8	10.2	7.5	1.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.2	5.6	2.2	0.3	-3.1	Stations-service	11
4.0	9.1	7.4	3.1	2.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-12.2	-2.6	-0.2	-0.3	19.5	Magasins de marchandises diverses	13
-5.0	-2.8	-3.8	-5.6	-6.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
1.0	4.9	7.1	6.4	8.6	Autres magasins de produits durables	15
0.2	3.7	8.8	9.6	11.4	Autres magasins de vente au détail	16
					Total, ensemble des magasins	17
Yukon et Territoires du Nord-Ouest						
2.0	9.5	7.8	6.7	6.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
-20.4	-7.1	8.6	12.1	12.0	Magasins de vêtements pour dames	6
..	Autres magasins de vêtements	7
17.1	28.2	21.6	10.8	21.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-8.1	3.0	-4.4	-4.3	-4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
21.4	22.7	16.3	10.1	4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	Stations-service	11
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-3.1	8.7	3.8	0.5	6.7	Magasins de marchandises diverses	13
2.7	4.9	11.4	7.1	32.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
-8.9	-19.6	-16.2	-1.8	22.7	Autres magasins de produits durables	15
2.0	4.2	12.2	0.8	-4.6	Autres magasins de vente au détail	16
2.1	7.7	8.0	4.2	8.6	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	14.6	14.7	14.1	11.9	13.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7.5	7.5	10.3	6.3	6.5
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.5	4.1	3.0	1.6	3.5
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	58.2	62.8	58.4	42.9	54.3
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	31.3	34.5	33.8	28.6	32.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	2.2	1.7	1.8	1.4	1.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	12.9	14.6	13.6	10.8	10.2
11	Gasoline service stations	4.7	4.1	3.9	4.0	4.1
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	4.8	3.6	3.8	2.8	4.7
15	Other durable goods stores	2.3	2.1	2.6	1.8	2.7
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	128.9	128.7	130.4	106.4	129.0

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
11.4	1.2	1.0	-3.9	-4.9	Yukon			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
X	X	X	X	X	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
..	121.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
14.7	17.8	18.2	19.8	-5.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
1.7	-3.4	-1.6	-13.9	44.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
..	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
7.2	6.0	5.2	0.6	4.8	Total, ensemble des magasins	17		
Territoires du Nord-Ouest								
-1.9	13.4	10.9	11.8	12.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
23.6	-12.2	-11.5	-24.1	-34.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
25.6	25.5	14.9	5.1	12.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
12.6	-16.3	-8.6	-7.8	36.4	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
3.5	16.1	24.3	24.8	24.6	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-15.5	-17.9	7.7	1.2	-2.6	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
--	8.6	9.3	5.7	10.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.		Response fraction Fraction de réponse			
		January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre
		Per cent - pourcentage			
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	92.8	94.8	94.6	94.2
2	All other food stores	86.9	86.4	88.2	87.3
3	Drugs and patent medicine stores	86.9	90.8	90.1	89.6
4	Shoe stores	90.1	96.9	89.7	96.3
5	Men's clothing stores	93.0	94.2	92.1	92.3
6	Women's clothing stores	90.1	91.9	86.1	86.8
7	Other clothing stores	84.2	89.7	88.6	91.5
8	Household furniture and appliance stores	91.0	92.7	93.7	91.7
9	Household furnishings stores	86.2	85.8	87.9	89.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.9	97.2	97.0	96.5
11	Gasoline service stations	93.4	94.6	95.3	94.9
12	Automotive parts, accessories and services	89.9	91.9	92.0	90.9
13	General merchandise stores	99.4	99.6	99.5	98.8
14	Other semi-durable goods stores	88.5	94.2	90.9	90.3
15	Other durable goods stores	90.7	90.0	88.5	89.4
16	Other retail stores	92.5	97.3	96.5	95.3
17	Total, all stores	92.9	94.9	94.6	94.2
Regions					
18	Newfoundland	93.1	96.9	96.4	95.7
19	Prince Edward Island	91.3	93.8	94.2	92.7
20	Nova Scotia	90.2	96.8	96.0	95.7
21	New Brunswick	93.9	96.8	96.7	95.9
22	Quebec	92.8	94.9	95.1	94.7
23	Ontario	91.3	93.4	92.9	92.3
24	Manitoba	94.7	96.0	94.7	94.5
25	Saskatchewan	96.0	97.6	97.1	96.6
26	Alberta	92.1	94.6	94.8	94.1
27	British Columbia	97.2	97.1	97.0	97.2
28	Yukon	89.7	92.2	90.0	87.8
29	Northwest Territories	97.8	95.8	91.1	91.6

**TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation
(périodes courantes)**

January 1996 Janvier	Coefficient of variation			N°
	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
1.8	1.7	2.0	2.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
12.4	9.3	10.2	10.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.9	2.7	2.7	2.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.0	2.6	3.1	3.3	Magasins de chaussures 4
4.7	3.9	4.1	3.6	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.6	3.6	3.4	3.3	Magasins de vêtements pour dames 6
5.7	3.6	5.7	6.0	Autres magasins de vêtements 7
3.0	3.2	3.3	3.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
5.2	6.7	5.8	5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.9	4.7	4.2	4.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.2	3.2	3.2	3.3	Stations-service 11
3.5	2.9	3.7	3.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	0.5	0.5	0.7	Magasins de marchandises diverses 13
5.9	2.9	3.0	3.4	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.8	3.8	3.2	3.2	Autres magasins de produits durables 15
3.7	1.5	4.9	2.2	Autres magasins de vente au détail 16
1.4	1.0	1.2	1.3	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.5	1.9	2.1	2.2	Terre-Neuve 18
2.4	2.5	3.8	3.1	Île-du-Prince-Édouard 19
4.2	2.3	2.3	2.8	Nouvelle-Écosse 20
2.5	2.2	2.3	2.3	Nouveau-Brunswick 21
2.0	1.7	2.3	2.5	Québec 22
3.2	2.1	2.6	2.9	Ontario 23
3.5	2.0	2.1	3.1	Manitoba 24
2.8	2.3	2.5	2.8	Saskatchewan 25
2.6	2.2	2.5	2.9	Alberta 26
1.7	1.4	1.7	2.0	Colombie-Britannique 27
1.6	1.2	1.1	1.2	Yukon 28
2.5	1.3	1.8	1.5	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,003.0	4,136.8	4,095.2	4,119.7	4,147.2	4,136.7	4,160.4
2 All other food stores	375.3	357.3	350.6	347.4	348.9	346.7	343.7
3 Drugs and patent medicine stores	1,010.9	1,014.6	1,002.1	993.6	994.8	974.1	975.5
4 Shoe stores	137.7	137.1	142.8	132.1	143.9	151.3	152.6
5 Men's clothing stores	129.9	129.5	123.3	130.1	129.3	134.2	135.5
6 Women's clothing stores	326.0	325.7	323.9	326.8	333.9	347.1	354.0
7 Other clothing stores	448.0	431.1	435.1	428.7	432.2	436.1	437.9
8 Household furniture and appliance stores	653.4	678.0	681.7	693.0	706.2	726.2	717.3
9 Household furnishings stores	202.0	197.1	191.4	188.3	187.1	183.4	184.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,188.9	4,146.2	4,153.8	4,173.7	4,200.6	4,237.4	4,112.1
11 Gasoline service stations	1,277.9	1,271.2	1,226.8	1,229.7	1,234.6	1,230.4	1,219.5
12 Automotive parts, accessories and service	998.2	975.5	983.6	938.7	955.4	970.6	953.5
13 General merchandise stores	1,918.0	1,880.9	1,882.1	1,886.4	1,872.1	1,895.9	1,894.3
14 Other semi-durable goods stores	612.3	580.3	572.1	576.5	606.6	606.5	605.5
15 Other durable goods stores	446.4	443.6	445.8	444.5	445.1	462.2	469.5
16 Other retail stores	971.1	938.9	977.8	955.7	954.8	961.6	960.5
17 Total, all stores	17,699.0	17,643.6	17,588.2	17,564.7	17,692.8	17,800.2	17,676.2
Regions							
18 Newfoundland	282.3	278.3	284.8	287.1	288.9	290.9	294.0
19 Prince Edward Island	78.0	79.7	79.8	77.9	78.4	78.0	75.9
20 Nova Scotia	548.6	531.5	521.3	518.2	524.3	530.0	527.3
21 New Brunswick	443.4	439.9	435.0	428.1	433.8	428.3	428.0
22 Quebec	4,225.6	4,219.6	4,232.1	4,202.0	4,186.0	4,159.2	4,132.2
23 Ontario	6,474.9	6,469.2	6,432.8	6,424.9	6,579.9	6,640.6	6,570.3
24 Manitoba	636.8	612.1	599.0	613.9	619.5	613.5	624.0
25 Saskatchewan	564.5	557.9	556.2	562.4	556.9	560.0	560.5
26 Alberta	1,850.2	1,851.9	1,859.0	1,870.1	1,839.2	1,862.7	1,841.7
27 British Columbia	2,536.9	2,543.9	2,529.5	2,519.7	2,525.5	2,576.1	2,561.9
28 Yukon	17.9	19.2	18.8	19.3	18.5	19.0	18.4
29 Northwest Territories	40.0	40.4	39.8	41.3	41.7	42.1	41.8

TABLEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier		N°
millions of dollars - millions de dollars							
4,138.4	4,181.6	4,202.8	4,137.2	4,190.8	4,165.8	Groupe de commerce - Canada	
352.0	357.8	359.1	354.7	350.2	355.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
976.6	979.8	985.2	974.9	985.2	995.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2
158.1	153.7	139.7	153.8	147.9	143.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
137.4	134.6	132.1	135.1	146.2	140.0	Magasins de chaussures	4
381.3	362.7	339.6	353.1	352.8	356.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
436.2	438.3	442.0	440.2	447.9	438.7	Magasins de vêtements pour dames	6
714.6	720.2	747.0	747.7	763.8	770.8	Autres magasins de vêtements	7
186.4	187.9	193.5	193.0	193.2	193.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
4,154.1	4,032.3	3,997.5	4,021.8	4,050.1	4,111.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1,222.5	1,254.4	1,210.1	1,190.7	1,186.4	1,137.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
963.4	948.2	925.0	967.1	978.0	1,010.0	Stations-service	11
1,909.2	1,881.3	1,849.2	1,852.8	1,857.5	1,854.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
604.0	602.4	596.3	594.2	589.2	596.5	Magasins de marchandises diverses	13
464.6	467.1	477.6	478.7	474.4	489.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
941.8	952.4	947.0	896.2	932.9	955.8	Autres magasins de produits durables	15
18.7	18.3	18.1	17.9	17.8	17.5	Autres magasins de vente au détail	16
42.3	42.0	42.1	41.2	40.7	40.6	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
290.3	292.3	298.3	287.1	288.0	285.4	Terre-Neuve	18
77.1	76.2	73.1	73.5	74.4	73.3	Île-du-Prince-Édouard	19
529.6	538.2	546.2	526.2	540.7	543.2	Nouvelle-Écosse	20
424.3	418.6	415.3	408.0	411.1	408.8	Nouveau-Brunswick	21
4,078.5	4,090.0	4,124.3	4,112.1	4,136.2	4,230.9	Québec	22
6,637.0	6,604.8	6,455.8	6,558.7	6,640.5	6,639.6	Ontario	23
619.2	617.7	604.8	598.1	595.5	586.2	Manitoba	24
552.2	543.6	538.0	513.5	532.6	532.0	Saskatchewan	25
1,861.2	1,864.9	1,826.1	1,804.8	1,821.8	1,814.1	Alberta	26
2,610.0	2,548.0	2,601.7	2,550.0	2,547.2	2,541.6	Colombie-Britannique	27
42.3	42.0	42.1	41.2	40.7	40.6	Yukon	28
						Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.		January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	3,729.1	4,534.2	4,017.0	3,935.7	4,287.3	4,222.8	4,273.4
2	All other food stores	311.6	433.9	319.0	330.3	352.2	358.4	366.3
3	Drugs and patent medicine stores	979.9	1,252.8	1,012.3	1,002.1	985.1	971.4	922.6
4	Shoe stores	102.0	186.3	168.7	141.6	163.4	156.4	139.4
5	Men's clothing stores	100.7	279.2	152.0	126.9	125.3	111.4	115.8
6	Women's clothing stores	231.8	550.5	349.4	324.0	366.0	338.0	330.6
7	Other clothing stores	324.6	740.8	510.3	439.8	486.9	454.6	378.2
8	Household furniture and appliance stores	557.4	987.1	760.5	727.4	743.8	732.9	697.9
9	Household furnishings stores	162.1	243.0	212.9	195.7	195.3	193.3	189.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,404.7	3,345.8	3,917.5	4,099.3	4,120.9	4,410.4	4,216.2
11	Gasoline service stations	1,190.6	1,256.7	1,228.5	1,259.4	1,247.2	1,357.5	1,336.9
12	Automotive parts, accessories and service	868.0	1,057.5	1,102.5	954.0	935.7	981.5	978.7
13	General merchandise stores	1,386.6	3,255.8	2,366.9	1,929.5	1,810.8	1,855.6	1,698.8
14	Other semi-durable goods stores	445.3	910.4	608.1	546.2	612.1	641.2	608.3
15	Other durable goods stores	345.1	863.3	461.0	385.3	433.7	476.2	468.6
16	Other retail stores	718.6	1,433.0	972.7	896.6	976.0	1,016.4	1,034.5
17	Total, all stores	14,858.1	21,330.3	18,159.5	17,293.8	17,841.6	18,278.1	17,756.0
Regions								
18	Newfoundland	221.8	349.8	305.7	283.8	292.5	308.9	303.1
19	Prince Edward Island	61.1	95.1	81.8	75.1	79.8	89.2	86.3
20	Nova Scotia	454.9	659.9	544.2	503.3	526.7	547.7	539.5
21	New Brunswick	359.0	529.4	460.1	423.2	441.6	450.1	441.9
22	Quebec	3,486.8	4,779.3	4,303.3	4,103.5	4,210.5	4,297.0	4,165.1
23	Ontario	5,494.6	8,020.8	6,772.4	6,322.4	6,647.0	6,709.8	6,483.6
24	Manitoba	529.1	760.1	624.6	611.3	616.0	626.5	616.9
25	Saskatchewan	484.2	678.9	581.0	572.5	553.1	573.5	561.7
26	Alberta	1,541.1	2,286.6	1,904.1	1,850.2	1,835.8	1,932.0	1,858.3
27	British Columbia	2,178.5	3,101.3	2,523.3	2,489.3	2,579.1	2,678.0	2,633.0
28	Yukon	13.8	21.3	18.2	18.7	18.5	22.0	22.2
29	Northwest Territories	33.2	47.7	40.8	40.4	41.1	43.3	44.3

**TABLEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year 1996 Année	N°
millions of dollars - millions de dollars							
							Groupe de commerce - Canada
4,357.3	4,233.9	4,122.3	4,144.2	3,728.4	3,845.0	3,729.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
382.2	369.5	368.8	335.3	291.5	291.2	311.6	Tous les autres magasins d'alimentation 2
979.6	974.6	937.4	976.9	890.7	947.3	979.9	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
165.6	165.1	142.7	123.3	88.0	107.2	102.0	Magasins de chaussures 4
146.7	131.7	122.5	103.5	87.2	105.2	100.7	Magasins de vêtements pour hommes 5
393.2	370.7	322.7	295.8	223.4	249.8	231.8	Magasins de vêtements pour dames 6
417.9	394.6	392.2	368.6	281.5	304.4	324.6	Autres magasins de vêtements 7
702.4	654.5	674.7	685.2	584.8	645.8	557.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
199.7	192.9	175.0	177.9	148.4	148.0	162.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
5,111.0	5,067.5	4,279.0	4,358.2	3,272.0	3,192.1	3,404.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,303.5	1,280.5	1,109.7	1,141.0	1,037.6	1,057.8	1,190.6	Stations-service 11
1,084.0	1,068.1	902.2	893.0	744.6	836.6	868.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,853.2	1,815.6	1,686.0	1,593.9	1,279.8	1,309.5	1,386.6	Magasins de marchandises diverses 13
645.9	682.8	537.8	471.5	416.4	425.0	445.3	Autres magasins de produits semi-durables 14
471.2	454.8	424.2	386.1	336.9	369.4	345.1	Autres magasins de produits durables 15
1,017.0	955.2	861.4	782.2	691.9	695.5	718.6	Autres magasins de vente au détail 16
19,230.5	18,812.0	17,058.7	16,836.7	14,102.9	14,529.8	14,858.1	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
313.8	303.0	284.4	271.7	220.5	222.2	221.8	Terre-Neuve 18
87.4	79.5	67.3	64.3	55.7	57.9	61.1	Île-du-Prince-Édouard 19
586.6	564.8	525.1	504.5	420.1	438.8	454.9	Nouvelle-Écosse 20
465.6	443.0	396.8	383.5	322.3	325.6	359.0	Nouveau-Brunswick 21
4,508.3	4,581.7	4,200.5	4,014.7	3,237.2	3,389.8	3,486.8	Québec 22
7,212.3	6,982.2	6,165.8	6,249.0	5,341.0	5,481.4	5,494.6	Ontario 23
666.3	643.8	590.0	571.2	480.5	485.1	529.1	Manitoba 24
592.1	565.0	517.5	493.7	428.6	447.8	484.2	Saskatchewan 25
2,012.3	1,951.7	1,781.2	1,735.7	1,451.1	1,505.4	1,541.1	Alberta 26
2,717.8	2,634.2	2,472.3	2,492.1	2,099.4	2,129.5	2,178.5	Colombie-Britannique 27
22.2	19.8	16.4	16.3	13.5	13.1	13.8	Yukon 28
45.8	43.4	41.2	40.1	33.1	33.2	33.2	Territoires du Nord-Ouest 29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

Regions	Sales Ventes				
	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	Year-to-date 1996 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland	63.7	153.6	120.5	97.3	63.7
Prince Edward Island	17.5	39.8	26.6	22.7	17.5
Nova Scotia	129.1	296.1	207.4	167.1	129.1
New Brunswick	118.1	242.5	182.9	147.3	118.1
Quebec	1,119.1	2,023.8	1,524.1	1,403.1	1,119.1
Ontario	1,708.7	3,491.1	2,482.3	2,130.6	1,708.7
Manitoba	146.7	321.9	223.9	199.0	146.7
Saskatchewan	135.6	272.9	197.8	181.0	135.6
Alberta	487.4	1,016.3	687.9	604.3	487.4
British Columbia	688.4	1,374.9	921.5	839.3	688.4
Yukon	4.0	8.8	6.2	6.2	4.0
Northwest Territories	17.2	27.8	21.1	20.7	17.2
Total	4,635.5	9,269.3	6,602.2	5,818.5	4,635.5

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

Regions	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet
	millions of dollars - millions de dollars						
Newfoundland	63.7	153.6	120.5	97.3	91.3	93.9	87.1
Prince Edward Island	17.5	39.8	26.6	22.7	24.0	27.5	25.8
Nova Scotia	129.1	296.1	207.4	167.1	166.0	170.4	158.1
New Brunswick	118.1	242.5	182.9	147.3	141.7	147.9	130.7
Quebec	1,119.1	2,023.8	1,524.1	1,403.1	1,441.3	1,417.9	1,336.5
Ontario	1,708.7	3,491.1	2,482.3	2,130.6	2,213.7	2,126.2	2,006.1
Manitoba	146.7	321.9	223.9	199.0	190.6	201.5	184.7
Saskatchewan	135.6	272.9	197.8	181.0	172.7	180.3	164.5
Alberta	487.4	1,016.3	687.9	604.3	594.3	633.0	580.8
British Columbia	688.4	1,374.9	921.5	839.3	859.1	903.6	847.3
Yukon	4.0	8.8	6.2	6.2	6.5	7.4	6.9
Northwest Territories	17.2	27.8	21.1	20.7	21.2	21.5	21.3
Total	4,635.5	9,269.3	6,602.2	5,818.5	5,922.4	5,931.2	5,549.9

TABLEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-4.1	-9.5	-5.1	-4.4	-4.1	Régions
7.1	5.2	3.1	-0.4	7.1	Terre-Neuve
2.3	-2.6	0.1	-3.0	2.3	Île-du-Prince-Édouard
15.9	5.8	9.5	3.3	15.9	Nouvelle-Écosse
4.2	-1.3	2.7	1.9	4.2	Nouveau-Brunswick
-1.6	-6.2	-1.5	-4.6	-1.6	Québec
-0.6	-2.0	0.6	-0.5	-0.6	Ontario
-5.2	-3.8	-0.1	-1.2	-5.2	Manitoba
1.2	-0.3	1.1	-0.2	1.2	Saskatchewan
-1.2	-1.8	-2.4	-2.9	-1.2	Alberta
-1.9	1.4	-0.5	-0.5	-1.9	Colombie-Britannique
3.0	1.3	-5.2	-6.7	3.0	Yukon
0.5	-3.2	-0.1	-1.9	0.5	Territoires du Nord-Ouest
Total					

TABLEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	January 1995 Janvier	Year 1996 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
92.2	87.9	84.3	77.6	64.2	66.4	63.7	Terre-Neuve
24.5	22.9	20.1	18.7	16.1	16.3	17.5	Île-du-Prince-Édouard
165.2	160.5	151.4	142.8	120.3	126.3	129.1	Nouvelle-Écosse
140.4	134.7	119.1	115.4	99.2	101.8	118.1	Nouveau-Brunswick
1,478.0	1,479.0	1,327.2	1,217.0	986.6	1,074.1	1,119.1	Québec
2,213.1	2,127.6	1,999.9	1,948.1	1,649.6	1,736.9	1,708.7	Ontario
197.6	191.1	180.6	176.0	141.9	147.5	146.7	Manitoba
180.9	171.6	161.0	150.4	130.9	143.1	135.6	Saskatchewan
603.8	587.3	547.0	533.9	448.9	481.5	487.4	Alberta
850.5	846.5	797.8	778.1	657.7	696.8	688.4	Colombie-Britannique
6.7	5.9	5.1	4.9	4.4	4.1	4.0	Yukon
22.5	22.4	21.6	20.0	17.1	16.7	17.2	Territoires du Nord-Ouest
5,975.5	5,837.3	5,415.2	5,182.7	4,336.9	4,611.5	4,635.5	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

		Unadjusted Non désaisonnalisé			
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.4	14,529.8	5.6	12,376.6	4.4
February	118.1	14,102.9	4.2	11,937.9	2.5
March	118.6	16,836.7	2.6	14,194.2	- -
April	119.1	17,058.7	0.1	14,318.8	-2.8
May	119.4	18,812.0	4.6	15,751.1	1.4
June	119.2	19,230.5	3.8	16,124.9	1.0
July	119.0	17,756.0	0.9	14,922.7	-1.5
August	118.5	18,278.1	5.0	15,428.9	3.0
September	118.4	17,841.6	2.4	15,066.8	0.3
October	118.1	17,293.8	-0.3	14,637.4	-2.6
November	118.3	18,159.5	1.3	15,353.6	-0.4
December	117.7	21,330.3	-2.5	18,129.7	-3.9
Year	118.5	211,229.9	2.1	178,242.6	-0.1
1996:					
January	119.3	14,858.1	2.3	12,459.6	0.7
February					
March					
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1994:
115.9	16,650.6	0.9	14,367.9	1.2	Janvier
115.7	16,968.5	1.9	14,660.7	2.0	Février
115.2	17,134.1	1.0	14,877.9	1.5	Mars
115.3	16,950.5	-1.1	14,696.7	-1.2	Avril
115.6	17,102.5	0.9	14,798.4	0.7	Mai
115.8	17,347.7	1.4	14,974.8	1.2	Juin
116.1	17,167.9	-1.0	14,786.9	-1.3	Juillet
116.5	17,301.3	0.8	14,851.7	0.4	Août
116.6	17,334.3	0.2	14,866.1	0.1	Septembre
116.4	17,544.5	1.2	15,078.6	1.4	Octobre
116.7	17,576.2	0.2	15,056.1	-0.1	Novembre
116.9	17,765.2	1.1	15,199.3	1.0	Décembre
116.1	206,843.3	...	178,215.1	...	Année
					1995:
117.3	17,713.3	-0.3	15,104.5	-0.6	Janvier
117.5	17,646.5	-0.4	15,015.4	-0.6	Février
117.9	17,491.1	-0.9	14,835.3	-1.2	Mars
118.7	17,543.7	0.3	14,783.5	-0.3	Avril
119.1	17,654.5	0.6	14,828.6	0.3	Mai
119.0	17,740.5	0.5	14,907.7	0.5	Juin
118.9	17,676.2	-0.4	14,864.0	-0.3	Juillet
118.8	17,800.2	0.7	14,984.8	0.8	Août
119.1	17,692.8	-0.6	14,852.8	-0.9	Septembre
119.1	17,564.7	-0.7	14,753.9	-0.7	Octobre
118.8	17,588.2	0.1	14,800.5	0.3	Novembre
119.2	17,643.6	0.3	14,804.4	0.0	Décembre
118.6	211,755.3	...	178,535.4	...	Année
					1996:
119.0	17,699.0	0.3	14,869.7	0.4	Janvier Février Mars
					Avril Mai Juin
					Juillet Août Septembre
					Octobre Novembre Décembre
					Année

¹ La désaisonnaliation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do not include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les **ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II

TRADE GROUP COVERAGE

010 Supermarkets and Grocery Stores

6011 Supermarkets

6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

6013 Bakery products stores

6014 Candy and nut stores

6015 Fruit and vegetable stores

6016 Meat markets

6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

6031 Pharmacies

6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

6141 Children's clothing stores

6142 Fur goods stores

6149 Other clothing stores, n.e.c.

6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)

6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)

6213 Furniture refinishing and repair shops

6221 Appliance, television, radio and stereo stores

6222 Television, radio and stereo stores

6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

6231 Floor covering stores

6232 Drapery stores

6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

6311 Automobile (new) dealers

6312 Automobile (used) dealers

6321 Motor home and travel trailer dealers

6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers

6323 Motorcycle and snowmobile dealers

6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II

COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE

010 Supermarchés d'alimentation et épicerie

6011 Supermarchés d'alimentation

6012 Epicerie (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

6013 Boulangeries-pâtisseries

6014 Confiserie et magasins de noix

6015 Magasins de fruits et légumes

6016 Marchés de viande

6019 Autres magasins d'alimentation spécialisées, n.c.a.

030 Pharmacie et magasins de médicaments brevetés

6031 Pharmacie

6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

6141 Magasins de vêtements pour enfants

6142 Magasins de fourrures

6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.

6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)

6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)

6213 Ateliers de réparation de meubles

6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

6231 Magasins de revêtements de sol

6232 Magasins de tentures

6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

6311 Concessionnaires d'automobiles neuves

6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion

6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage

6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges

6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations

6331 Gasoline service stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services

6341 Home and auto supply stores

6342 Tire, battery, parts and accessories stores

6351 Garages (general repairs)

6352 Paint and body repair shops

6353 Muffler replacement shops

6354 Motor vehicle glass replacement shops

6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops

6359 Other motor vehicle repair shops

6391 Car washes

6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores

6411 Department stores

6412 General stores

6413 Other general merchandise stores
(variety and general merchandise stores)**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511 Book and stationery stores

6521 Florist shops

6522 Lawn and garden centres

6531 Hardware stores

6532 Paint, glass and wallpaper stores

6581 Toy and hobby stores

6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores

6541 Sporting goods stores

6542 Bicycle shops

6551 Musical instrument stores

6552 Record and tape stores

6561 Jewellery stores

6562 Watch and jewellery repair shops

6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores

6021 Liquor stores

6022 Wine stores

6023 Beer stores

6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.

6592 Opticians' shops

6593 Art galleries and artists' supply stores

6594 Luggage and leather goods stores

6595 Monument and tombstone dealers

6596 Pet stores

6597 Coin and stamp dealers

6598 Mobile home dealers

6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service

6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile

6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires

6351 Garages (réparations générales)

6352 Ateliers de peinture et de carrosserie

6353 Ateliers de remplacement de silencieux

6354 Ateliers de remplacement de vitres pour véhicules automobiles

6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesses de véhicules automobiles

6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles

6391 Lave-autos

6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses

6411 Magasins à rayons

6412 Magasins généraux

6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables

6511 Librairies et papeteries

6521 Fleuristes

6522 Centres de jardinage

6531 Quincailleries

6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint

6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir

6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables

6541 Magasins d'articles de sport

6542 Magasins de bicyclettes

6551 Magasins d'instruments de musique

6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques

6561 Bijouteries

6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux

6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail

6021 Magasins de spiritueux

6022 Magasins de vin

6023 Magasins de bière

6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.

6592 Opticiens

6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes

6594 Magasins de bagages et de maroquinerie

6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales

6596 Magasins d'animaux de maison

6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres

6598 Marchands de maisons mobiles

6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:	PHONE:	FAX TO:	METHOD OF PAYMENT: <small>(Check only one)</small>				
Statistics Canada Operations and Integration Circulation Management 120 Parkdale Avenue Ottawa, Ontario Canada K1A 0T6 <small>(Please print)</small>		1-800-267-6677 <small>Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.</small>		(613) 951-1584 <small>VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.</small>			
INTERNET: order@statcan.ca		<input type="checkbox"/> Please charge my: <input type="checkbox"/> VISA <input type="checkbox"/> MasterCard Card Number <input style="width: 100%;" type="text"/> Signature <input style="width: 100%;" type="text"/> Expiry Date <input style="width: 50%;" type="text"/> <input type="checkbox"/> Payment enclosed \$ <input style="width: 100%;" type="text"/> <small>Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada - Publications.</small> <input type="checkbox"/> Purchase Order Number <input style="width: 100%;" type="text"/> <small>(Please enclose)</small>					
Company Department Attention Title Address City Province Postal Code Phone Fax						Authorized Signature	
Please ensure that all information is completed.							
Catalogue Number	Title	Date of issue or Indicate an "S" for subscriptions	Annual Subscription or Book Price			Quantity	Total
			Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$		
Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.						SUBTOTAL	
GST Registration # R121491807						DISCOUNT <small>(if applicable)</small>	
Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.						GST (7%) and applicable PST <small>(Canadian clients only)</small>	
Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.						GRAND TOTAL	

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canadä

Don't let the changing world take you by surprise!



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

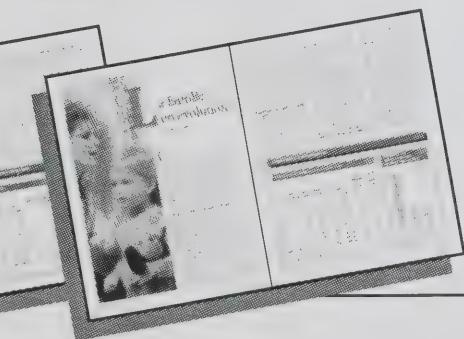
Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

Canadian Social Trends (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.



To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard. Via Internet: order@statcan.ca

Ne soyez pas dépassé par les événements!

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: order@statcan.ca

Canada: A Portrait

A Memorable Journey Through Canada

A book to captivate everyone, *Canada: A Portrait* is a compelling record in words and pictures of the excitement and diversity of present-day Canada. This all-new edition of Statistics Canada's proven bestseller features a striking full-colour dustjacket reproduction of Sweetgrass, the rich impressionistic painting by Canadian artist Frank Mayrs. Once you open its appealing cover, you will discover that *Canada: A Portrait* not only delights the eye, it stimulates the imagination. Each page is brimming with lively and intriguing facts, bringing to life the personality and charisma of Canada in a clear, easy-to-read and entertaining narrative.

From the important to the whimsical...

Canada: A Portrait presents you with the perfect opportunity to explore Canada at your leisure with just the turn of a page. Investigate the diverse regions of Canada from Mount Logan in the Yukon to the St. John River in New Brunswick. Delve into the heartbeat of Canada's society: Who are we? Where do we live? What do we believe in? See how the economy is evolving and what makes it tick. Learn about the activities enjoyed by today's Canadians, such as opera and hockey and home computers. *Canada: A Portrait* offers a complete examination of this unique country and reflects many interesting perspectives.

The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy and Canada in the World

Six chapters provide a guided tour of both the physical and the human landscape of Canada. Each chapter is enriched with personal insights on "being Canadian," shared with you by such eminent people as Myriam Bédard, Gerhard Herzberg and Joe Schlesinger and is adorned with a gallery of imaginative pictorial images.

Share the *Canada: A Portrait* experience with your family, friends and colleagues

Its charming format, rich design, intriguing content and attractive price make this a keepsake volume, ideal both to give and to receive.

Canada: A Portrait is available for only \$39.95 in Canada (plus GST, applicable PST and shipping and handling), US \$51.95 in the United States and US \$59.95 in other countries. To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. Call toll-free: 1-800-700-1033 and use your Visa and MasterCard or fax your order to (613) 951-1584.

Un portrait du Canada

Un voyage mémorable à travers le Canada



56729007185

Un portrait du Canada captivera tout le monde. C'est un recueil irrésistible, en mots et en images, de tout ce qui fait le dynamisme et la diversité du Canada d'aujourd'hui. Cette nouvelle édition de l'indiscutable best-seller de Statistique Canada offre, sur la jaquette, un magnifique paysage impressionniste, intitulé Sweetgrass, de l'artiste canadien Frank Mayrs. Dès la première page, vous serez fasciné par la beauté des images et du texte et vous laisserez vagabonder votre imagination. Chaque page regorge de faits vivants et intrigants donnant vie au caractère et au magnétisme du Canada dans une langue claire, simple et prenante.

De l'important au fantaisiste...

Un portrait du Canada vous permet de visiter le pays durant vos moments libres simplement en tournant les pages. Du mont Logan (Yukon) à la rivière Saint-Jean (Nouveau-Brunswick), tâchez le pouls des différentes régions du Canada. Fouillez au cœur même de la société canadienne : Qui sommes-nous? Où vivons-nous? Quelles sont nos croyances? Voyez comment l'économie évolue et pourquoi elle tourne. Découvrez les activités préférées des Canadiens d'aujourd'hui : de l'opéra au hockey jusqu'à l'ordinateur familial. *Un portrait du Canada* offre un examen complet de ce pays unique reflétant des perspectives intéressantes.

Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde

Un tour guidé du paysage physique et humain du Canada vous est offert en six chapitres, chacun est parsemé d'oeuvres pleines d'imagination et est enrichi d'un message personnel sur le fait «d'être Canadien». Ces messages sont partagés par d'éminents Canadiens tels que Myriam Bédard, Gerhard Herzberg et Joe Schlesinger.

Partagez cette expérience avec votre famille, vos amis et vos collègues

Son format attrayant, son design riche, son contenu intrigant et son prix alléchant font d'*Un portrait du Canada* un cadeau idéal à donner ou à recevoir.

Un portrait du Canada est en vente à seulement 39,95 \$ au Canada (TPS, TVQ et frais de port et de manutention applicables en sus), 51,95 \$ US aux États-Unis et 59,95 \$ US dans les autres pays. Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près (la liste figure dans la présente publication). Ou encore, téléphonez sans frais au 1-800-700-1033 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584.

Catalogue no. 63-005-XPB

N° 63-005-XPB au catalogue

Gouvernement
Publications

Retail Trade

February 1996



Commerce de détail

Février 1996



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de
Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des Centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

February 1996

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Février 1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

May 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually
United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually
Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 68, No. 2

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Mai 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année
États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année
Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 68, no. 2

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



TABLE OF CONTENTS

	PAGE		PAGE
Highlights	v	Faits saillants	v
Charts	vii	Graphiques	vii
For Further Reading	ix	Lectures suggérées	ix
Table		Tableau	
1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2	1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4	2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6	3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20	4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22	5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24	6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26	7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26	8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Retail Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1993 - 1995	28	9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants, 1993 - 1995	28
10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1994 Revised Historical Estimates)	30	10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1994)	30
11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1994 Revised Historical Estimates)	36	11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1994)	36
Appendix		Appendice	
I. Definitions	43	I. Définitions	43
II. Methodology	45	II. Méthodologie	45
III. Reliability of Data	49	III. Fiabilité des données	49
IV. Seasonal Adjustment	53	IV. Désaisonnalisation	53
V. Trade Group Coverage	55	V. Couverture des groupes de commerce	55

Note to users

Unadjusted monthly retail trade estimates in current and constant dollars for 1995 and January 1996 have been revised. Seasonal factors and seasonally adjusted retail trade estimates in current and constant dollars for 1993 to January 1996 have also been revised.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles non ajustées du commerce de détail en dollars courants et constants pour 1995 et janvier 1996 ont été révisées. Les facteurs saisonniers ainsi que les estimations désaisonnalisées en dollars courants et constants de 1993 à janvier 1996 ont aussi été révisées.

HIGHLIGHTS

FAITS SAILLANTS

Consumers spending in retail stores remained virtually unchanged in February after three months of increases. Retail sales advanced 0.1% to \$17.8 billion. The sales trend has remained flat over the latest six months (September 1995 to February 1996) after growing during the summer of 1995.

Retailers in the eastern and western provinces reported higher sales, while those in central Canada posted decreases.

Higher sales by motor vehicle and recreational vehicle dealers contrasted with the rest of the retail industry, where sales were down (-0.4%) for the first time after three consecutive monthly increases. Decreases were reported in the food sector, while small increases occurred in four of the five other sectors.

Sales in the automotive sector (includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and service outlets) rose 1.0% after gains in December 1995 (+0.9%) and January 1996 (+1.5%). The auto sector's sales have been generally increasing since April 1995.

Sales by motor vehicle and recreational vehicle dealers dominated the auto sector's gain with an increase of 1.7%, their third consecutive monthly advance. The number of new motor vehicles sold rose 3.4% in February.

Retailers of auto parts, accessories and services reported a 0.2% decline after a strong 3.6% gain in January 1996. Sales by gasoline service stations dropped 0.6% after significant increases in December 1995 (+3.5%) and January 1996 (+2.0%).

Sales remained strong in the general merchandise sector, where a 0.5% advance in February marked the third consecutive monthly increase. This was due mostly to higher sales by department stores. The trend in the general merchandise sector has been increasing steadily since mid-1993.

Les dépenses des consommateurs dans les magasins de détail sont demeurées inchangées après trois mois de hausses. Les ventes totales au détail ont progressé de 0.1%, pour se fixer à \$17.8 milliards en février. Elles étaient demeurées stables au cours des six derniers mois (de septembre 1995 à février 1996), après avoir augmenté au cours de l'été 1995.

Les détaillants dans les provinces de l'Atlantique et de l'Ouest ont rapporté des hausses de ventes, tandis que les ventes dans le centre du Canada ont baissé.

En février, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont rapporté des ventes élevées. Les ventes dans le reste de l'industrie ont accusé une baisse de 0.4%, la première baisse après trois hausses mensuelles consécutives. Des diminutions ont été signalées principalement dans le secteur des magasins d'alimentation. Des augmentations minimales ont été enregistrées dans quatre des cinq autres secteurs.

Les ventes dans le secteur de l'automobile (y compris les concessionnaires de véhicules neufs et d'occasion, les stations-service ainsi que les magasins de pièces, d'accessoires et de services) se sont accrues de 1.0%, après avoir affiché des gains de 0.9% en décembre 1995 et de 1.5% en janvier 1996. Les ventes dans le secteur de l'automobile sont généralement à la hausse depuis avril 1995.

Ce sont les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs qui ont dominé la hausse dans le secteur de l'automobile, avec un gain de 1.7%. Il s'agissait pour eux du troisième mois consécutif d'augmentation. Le nombre de véhicules automobiles neufs vendus a augmenté de 3.4% en février.

Les détaillants de pièces, d'accessoires et de services pour véhicules automobiles ont signalé une diminution de 0.2% en février, après une hausse importante de 3.6% en janvier 1996. Par ailleurs, les ventes des stations-service ont chuté de 0.6% en février, après des gains significatifs de 3.5% en décembre 1995 et de 2.0% en janvier 1996.

Les ventes sont demeurées fortes dans le secteur des grands magasins de marchandises diverses, avec une progression de 0.5% en février, une troisième hausse mensuelle consécutive. Cette dernière est due en partie à des ventes élevées dans les grands magasins. La tendance dans le secteur des magasins de marchandise est à la hausse de façon constante depuis le milieu de 1993.

Food retailers recorded lower sales for a second consecutive month in February (-0.9%), continuing the downward trend observed in the sector since April 1995.

In the other retail sectors, clothing store sales grew from January 1994 to March 1995. Since then, sales have been decreasing, though at a more moderate rate in the past two months. The trend in the furniture sector has been falling since February 1995, after growing strongly and steadily since February 1994. Drug store sales have increased since April 1995, offsetting poor sales between September 1994 and March 1995.

Strong retail sales in British Columbia and Alberta

Among the eight provinces and territories where retailers rang up higher sales in February, the strongest gains in dollar terms were in British Columbia (+3.3%) and Alberta (+4.2%). Lower sales elsewhere, mainly in Ontario (-2.0%) and Quebec (-0.4%), countered these gains.

In British Columbia, the retailers' impressive gain more than offset January's 0.3% drop. In Alberta, the sales rise compensated for declines in the previous three months. In Ontario, the advance returned sales to the October 1995 level.

Les détaillants dans le secteur de l'alimentation ont enregistré des ventes plus faibles pour un deuxième mois consécutif. En février, elles ont diminué de 0.9%, poursuivant ainsi la tendance à la baisse observée dans le secteur depuis avril 1995.

Dans les autres secteurs du commerce de détail, les ventes des magasins de vêtements ont augmenté de janvier 1994 à mars 1995. Depuis, elles sont en baisse, à un rythme toutefois plus modéré depuis les deux derniers mois. La tendance dans le secteur de l'aménagement est à la baisse depuis février 1995, après une croissance forte et soutenue depuis février 1994. Les ventes des pharmacies ont augmenté depuis avril 1995, ce qui a atténué les faibles résultats enregistrés entre septembre 1994 et mars 1995.

La Colombie-Britannique et l'Alberta enregistrent les augmentations les plus fortes

Parmi les huit provinces et territoires qui ont enregistré les ventes les plus élevées en février, la Colombie-Britannique (+3.3%) et l'Alberta (+4.2%) ont affiché les gains les plus importants en dollars. Ces hausses ont été partiellement atténuées par des ventes plus faibles, principalement en Ontario (-2.0%) et au Québec (-0.4%).

Les gains impressionnantes affichés par les détaillants de la Colombie-Britannique en février ont plus que compensé la baisse de 0.3% enregistrée le mois précédent. L'accroissement des ventes en Alberta a contrebalancé les diminutions enregistrées au cours des trois mois précédents. Les détaillants en Ontario ont enregistré un déclin de 2.0% en février et, par conséquent, les ventes reviennent au niveau atteint en octobre 1995.

Chart 1

Graphique 1

Retail Sales, Canada

Ventes au détail, Canada

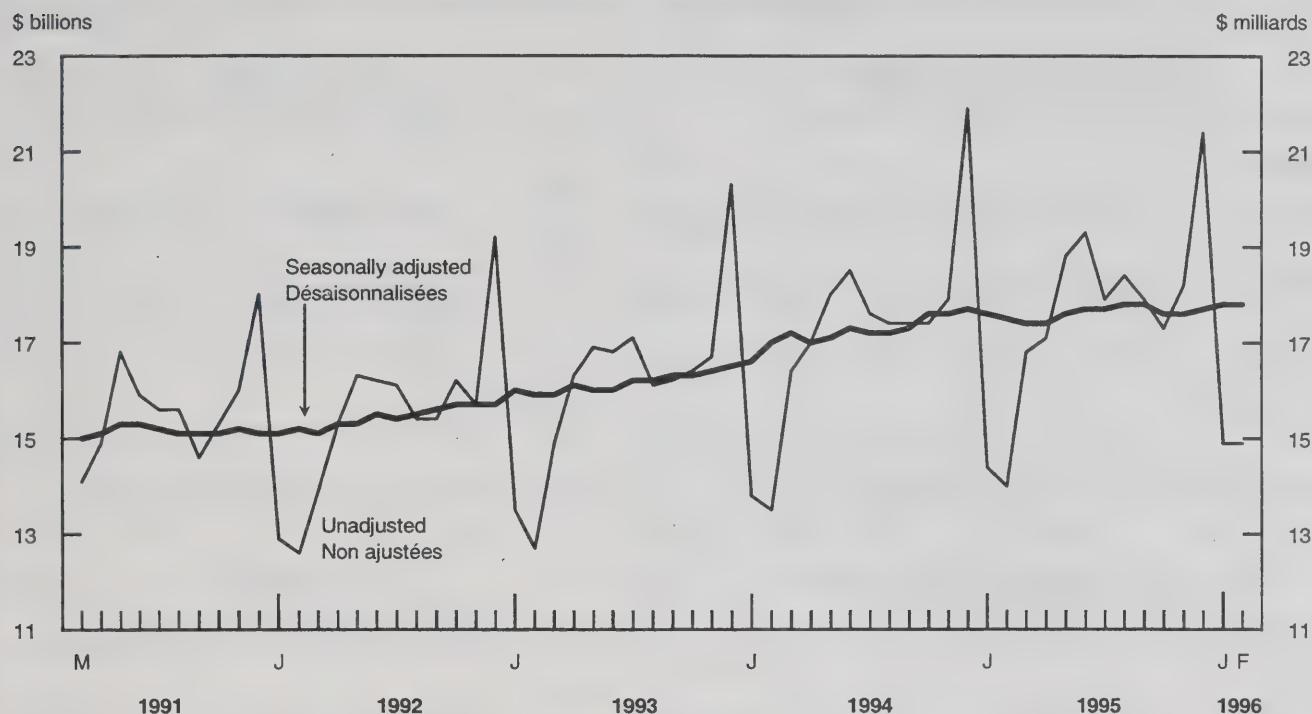
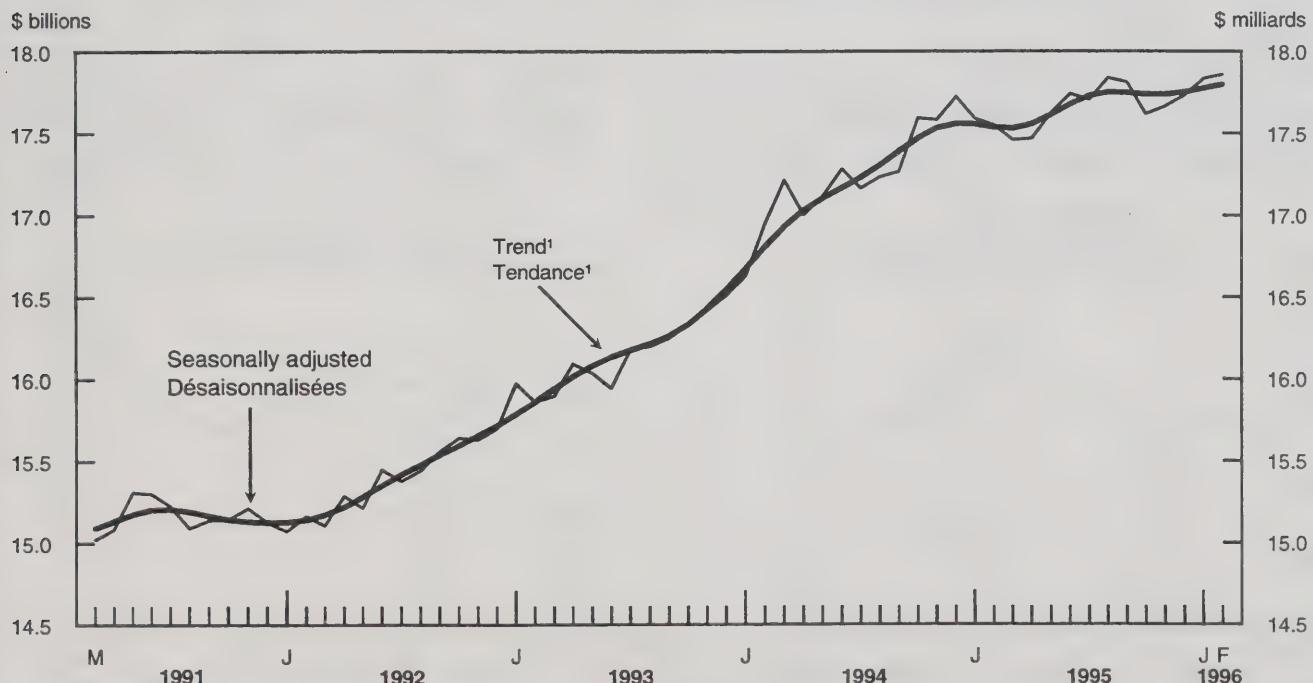


Chart 2

Graphique 2

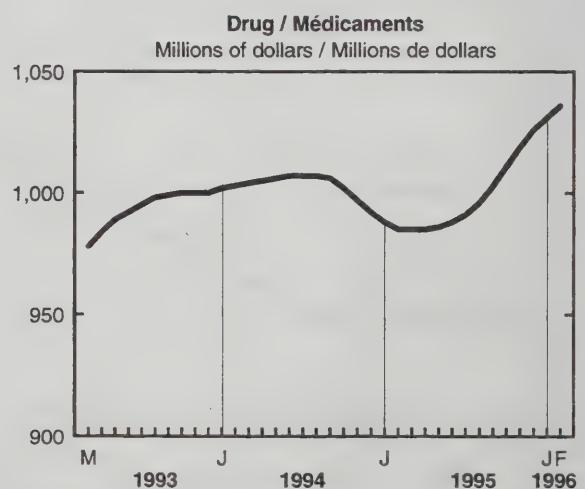
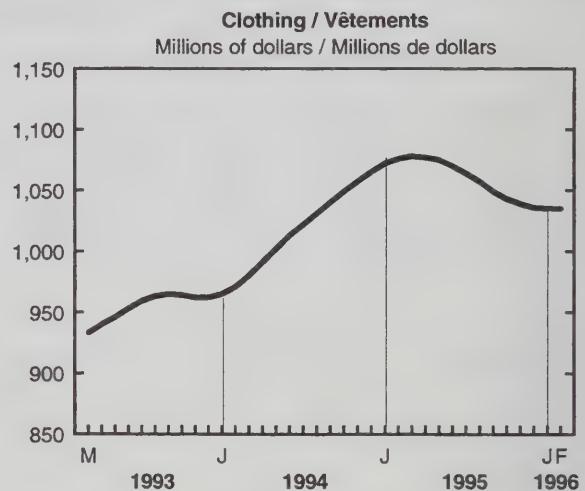
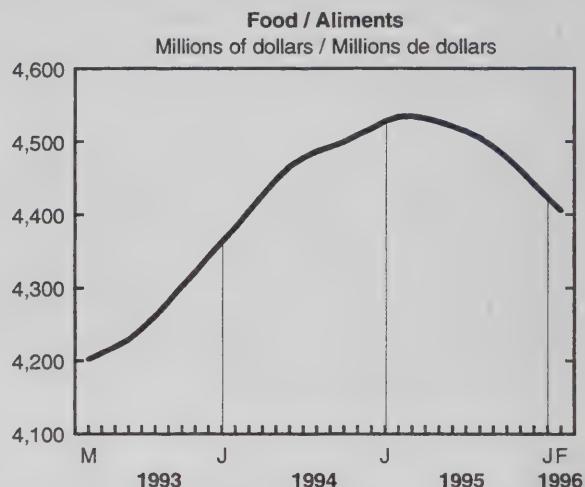
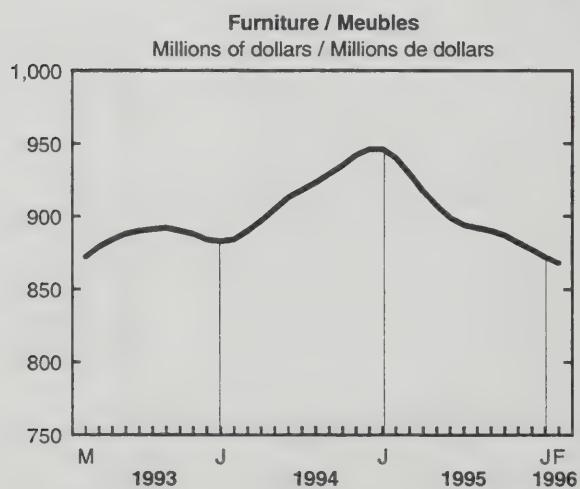
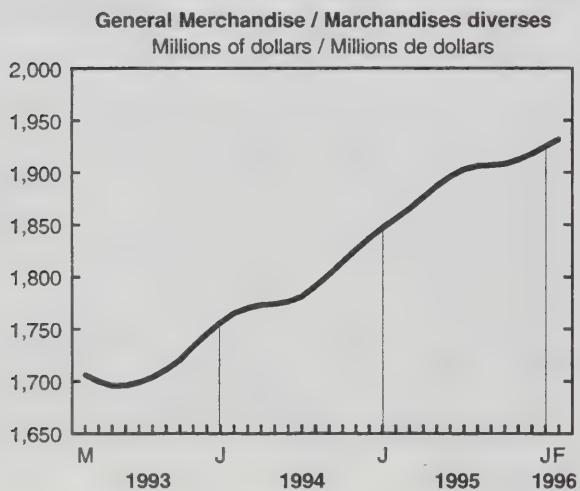
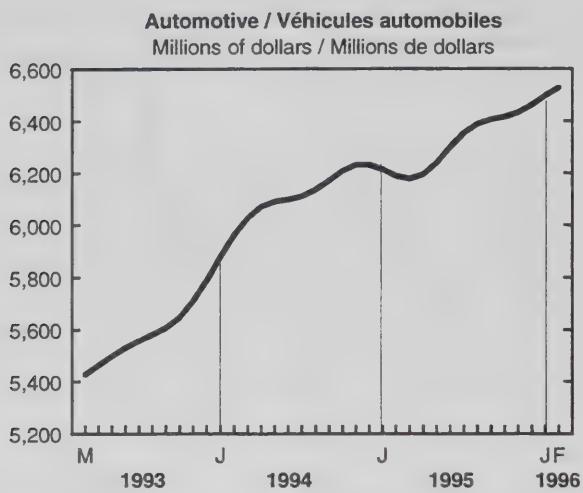
Retail Sales – Canada

Ventes au détail – Canada

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group

Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002-XPB
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004-XPB
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007-XPB
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210-XPB
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213-XPB
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218-XPB
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219-XPB
Wholesaling and Retailing in Canada, Annual, Bilingual	Les commerces de gros et de détail au Canada, Annuel, Bilingue	63-236-XPB
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224-XPB
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541-XPB

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					Year-to-date 1996 Cumulatif	Change from previous month		
	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre			Variation p. r. au mois précédent		
	February 1996 Février	January 1996 Janvier					February 1996 Février	January 1996 Janvier	
millions of dollars - millions de dollars									
Trade Group - Canada									
1 Supermarkets and grocery stores	4,004.6	4,040.8	4,120.1	4,091.6	8,045.3		-0.9	-1.9	
2 All other food stores	363.3	365.9	351.4	342.9	729.2		-0.7	4.1	
3 Drugs and patent medicine stores	1,031.8	1,026.9	1,031.0	1,017.0	2,058.7		0.5	-0.4	
4 Shoe stores	135.1	131.8	132.5	143.4	266.9		2.5	-0.5	
5 Men's clothing stores	128.0	129.2	130.7	129.7	257.3		-0.9	-1.2	
6 Women's clothing stores	333.2	329.0	330.8	327.6	662.2		1.3	-0.5	
7 Other clothing stores	441.5	446.1	440.7	438.7	887.6		-1.0	1.2	
8 Household furniture and appliance stores	672.4	665.2	683.3	682.7	1,337.6		1.1	-2.7	
9 Household furnishings stores	193.9	197.1	197.2	194.4	390.9		-1.6	-0.1	
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,284.5	4,212.0	4,178.2	4,164.0	8,496.4		1.7	0.8	
11 Gasoline service stations	1,290.9	1,299.3	1,274.1	1,231.5	2,590.2		-0.6	2.0	
12 Automotive parts, accessories and services	1,010.3	1,011.8	976.9	976.6	2,022.1		-0.2	3.6	
13 General merchandise stores	1,938.1	1,928.9	1,916.0	1,901.7	3,867.0		0.5	0.7	
14 Other semi-durable goods stores	589.4	604.2	572.6	576.3	1,193.6		-2.4	5.5	
15 Other durable goods stores	431.7	438.6	438.5	440.4	870.3		-1.6	- -	
16 Other retail stores	976.9	975.9	924.6	973.2	1,952.8		0.1	5.6	
17 Total, all stores	17,825.5	17,802.6	17,698.8	17,631.8	35,628.1		0.1	0.6	
Regions									
18 Newfoundland	289.9	285.8	282.4	287.3	575.7		1.5	1.2	
19 Prince Edward Island	78.7	76.4	78.7	78.9	155.0		3.0	-2.9	
20 Nova Scotia	564.9	547.9	534.5	520.1	1,112.8		3.1	2.5	
21 New Brunswick	439.7	442.8	439.3	434.7	882.4		-0.7	0.8	
22 Quebec	4,202.1	4,220.6	4,198.2	4,220.3	8,422.8		-0.4	0.5	
23 Ontario	6,418.4	6,546.5	6,486.0	6,439.5	12,964.9		-2.0	0.9	
24 Manitoba	619.8	636.6	611.4	603.8	1,256.4		-2.6	4.1	
25 Saskatchewan	570.3	570.2	563.6	560.4	1,140.5		- -	1.2	
26 Alberta	1,924.9	1,847.4	1,867.9	1,870.0	3,772.4		4.2	-1.1	
27 British Columbia	2,656.4	2,570.6	2,578.0	2,560.4	5,226.9		3.3	-0.3	
28 Yukon	19.3	18.9	20.7	20.3	38.2		2.2	-8.7	
29 Northwest Territories	41.1	39.0	38.1	36.1	80.1		5.5	2.2	

**TABLEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)**

Change from previous month		Change from previous year					N°	
Variation p. r. au mois précédent		Variation par rapport à l'année précédente						
December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	Year-to-date 1996 Cumulatif		
Per cent - pourcentage								
							Groupe de commerce - Canada	
0.7	-0.6	-4.6	-3.4	-1.9	-2.0	-4.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1	
2.5	0.2	5.2	4.5	3.0	5.1	4.8	Tous les autres magasins d'alimentation 2	
1.4	1.0	5.2	3.6	4.5	2.4	4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3	
-7.6	7.6	-5.0	-6.8	-11.8	-4.4	-5.9	Magasins de chaussures 4	
0.8	-1.4	-15.6	-9.9	-3.9	-3.4	-12.8	Magasins de vêtements pour hommes 5	
1.0	0.2	-4.4	-6.7	-6.9	-6.8	-5.5	Magasins de vêtements pour dames 6	
0.5	0.4	-1.2	3.5	2.4	2.8	1.1	Autres magasins de vêtements 7	
0.1	-1.1	-10.2	-12.3	-11.2	-7.5	-11.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8	
1.4	1.1	1.8	3.9	4.1	0.5	2.8	Magasins d'accessoires d'ameublement 9	
0.3	-0.6	6.0	2.2	1.2	2.1	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10	
3.5	0.7	9.1	13.0	7.6	3.3	11.0	Stations-service 11	
--	4.7	7.9	7.4	-4.4	-2.3	7.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12	
0.8	--	4.1	4.0	4.3	4.1	4.1	Magasins de marchandises diverses 13	
-0.6	-0.7	1.9	4.0	-4.3	-6.2	3.0	Autres magasins de produits semi-durables 14	
-0.4	1.5	-8.7	-7.8	-6.3	-7.7	-8.3	Autres magasins de produits durables 15	
-5.0	2.8	7.5	6.4	0.1	6.9	7.0	Autres magasins de vente au détail 16	
0.4	0.3	1.6	1.2	-0.1	0.3	1.4	Total, ensemble des magasins 17	
							Régions	
-1.7	-0.5	0.3	0.9	-1.7	0.4	0.6	Terre-Neuve 18	
-0.3	1.8	7.2	4.8	9.2	9.6	6.0	Île-du-Prince-Édouard 19	
2.8	0.8	6.0	2.3	-2.1	-4.2	4.1	Nouvelle-Écosse 20	
1.0	1.1	7.0	8.9	4.7	5.9	7.9	Nouveau-Brunswick 21	
-0.5	0.8	2.8	1.2	-1.5	0.6	2.0	Québec 22	
0.7	0.6	-2.7	-0.3	-1.2	-1.8	-1.5	Ontario 23	
1.3	-2.3	3.8	7.9	2.7	2.6	5.8	Manitoba 24	
0.6	-1.2	6.3	6.4	6.0	4.7	6.3	Saskatchewan 25	
-0.1	-0.9	6.1	1.2	1.0	2.4	3.6	Alberta 26	
0.7	0.2	4.4	1.0	1.8	1.9	2.7	Colombie-Britannique 27	
2.0	-2.9	1.0	0.7	13.8	14.7	0.8	Yukon 28	
5.7	-3.8	12.2	5.2	-5.6	-9.1	8.7	Territoires du Nord-Ouest 29	

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes					
		February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	3,753.6	3,768.1	4,512.6	4,008.3	7,521.7	
2	All other food stores	319.2	307.1	427.0	318.4	626.2	
3	Drugs and patent medicine stores	972.0	993.2	1,276.4	1,026.6	1,965.2	
4	Shoe stores	82.3	96.0	179.8	171.3	178.4	
5	Men's clothing stores	80.1	99.0	279.2	159.2	179.0	
6	Women's clothing stores	224.6	232.4	561.4	353.0	457.0	
7	Other clothing stores	294.3	318.5	763.7	511.8	612.9	
8	Household furniture and appliance stores	549.1	557.2	1,003.6	758.5	1,106.3	
9	Household furnishings stores	151.8	156.9	245.3	218.2	308.7	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,617.7	3,389.1	3,349.5	3,916.8	7,006.8	
11	Gasoline service stations	1,174.3	1,217.9	1,261.1	1,232.1	2,392.2	
12	Automotive parts, accessories and services	801.1	857.2	1,053.8	1,102.3	1,658.3	
13	General merchandise stores	1,411.1	1,386.6	3,296.4	2,389.5	2,797.7	
14	Other semi-durable goods stores	429.4	435.9	901.0	614.7	865.3	
15	Other durable goods stores	323.7	340.8	851.2	458.8	664.5	
16	Other retail stores	756.6	722.1	1,424.4	964.8	1,478.7	
17	Total, all stores	14,940.8	14,878.1	21,386.4	18,204.5	29,818.9	
Regions							
18	Newfoundland	235.3	223.7	354.2	307.2	459.0	
19	Prince Edward Island	61.9	59.8	94.1	80.9	121.7	
20	Nova Scotia	465.8	450.7	660.5	543.5	916.6	
21	New Brunswick	358.8	357.0	531.2	461.6	715.8	
22	Quebec	3,453.9	3,481.7	4,759.9	4,303.5	6,935.6	
23	Ontario	5,416.2	5,513.7	8,036.4	6,792.3	10,929.9	
24	Manitoba	525.3	529.0	767.2	626.8	1,054.3	
25	Saskatchewan	480.5	489.0	685.6	584.2	969.6	
26	Alberta	1,601.1	1,536.3	2,296.7	1,908.3	3,137.4	
27	British Columbia	2,291.6	2,190.2	3,132.5	2,539.6	4,481.7	
28	Yukon	15.3	14.7	22.4	19.5	30.0	
29	Northwest Territories	35.3	32.2	45.5	37.1	67.4	

TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°	
February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	Year-to-date 1996 Cumulatif		
Per cent - pourcentage						
					Groupe de commerce - Canada	
0.5	-2.2	-4.4	0.6	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
9.4	5.0	3.9	6.2	7.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2
9.8	5.2	2.2	3.6	7.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-0.2	-6.7	-14.4	-2.1	-3.8	Magasins de chaussures	4
-10.6	-8.8	-6.4	-1.8	-9.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
0.5	-5.3	-6.6	-6.1	-2.5	Magasins de vêtements pour dames	6
4.0	4.1	2.8	5.1	4.1	Autres magasins de vêtements	7
-4.7	-11.7	-12.4	-5.9	-8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
4.4	7.4	3.5	0.3	5.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
11.0	6.0	-1.8	1.8	8.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
13.4	13.4	6.7	4.0	13.4	Stations-service	11
12.7	10.4	-7.1	-1.8	11.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
9.2	5.0	2.6	5.9	7.1	Magasins de marchandises diverses	13
5.9	5.9	-6.2	-5.5	5.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
-3.4	-6.7	-7.9	-5.0	-5.1	Autres magasins de produits durables	15
13.2	7.4	-1.5	9.5	10.3	Autres magasins de vente au détail	16
6.6	3.0	-2.3	1.5	4.8	Total, ensemble des magasins	17
Régions						
5.5	1.5	-4.1	0.8	3.5	Terre-Neuve	18
12.9	5.2	5.4	11.0	9.0	Île-du-Prince-Édouard	19
11.7	3.3	-4.7	-2.4	7.4	Nouvelle-Écosse	20
11.5	10.4	2.7	6.0	10.9	Nouveau-Brunswick	21
8.1	2.9	-4.0	2.6	5.4	Québec	22
2.4	2.1	-3.7	-0.1	2.3	Ontario	23
8.7	8.4	0.8	3.4	8.6	Manitoba	24
11.0	8.1	3.6	5.8	9.5	Saskatchewan	25
10.6	2.0	-0.7	2.9	6.3	Alberta	26
8.6	2.5	0.9	1.9	5.5	Colombie-Britannique	27
5.2	4.2	10.0	17.2	4.7	Yukon	28
17.1	7.0	-6.1	-8.0	12.1	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales					
		Ventes					
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4	
millions of dollars - millions de dollars							
Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	12,452.6	12,882.4	12,776.7	11,744.0	12,778.9	
2	All other food stores	1,069.4	1,058.1	1,104.8	921.4	1,036.8	
3	Drugs and patent medicine stores	3,318.4	2,913.5	2,905.4	2,806.5	3,252.5	
4	Shoe stores	492.3	443.1	464.7	307.7	545.1	
5	Men's clothing stores	567.9	361.3	413.2	303.0	598.0	
6	Women's clothing stores	1,239.4	1,030.5	1,068.6	758.8	1,329.7	
7	Other clothing stores	1,724.0	1,357.8	1,224.6	958.3	1,653.2	
8	Household furniture and appliance stores	2,486.1	2,161.7	2,019.0	1,884.2	2,722.7	
9	Household furnishings stores	664.0	590.4	567.1	468.7	654.0	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11,383.7	12,840.0	14,561.0	10,806.9	11,195.3	
11	Gasoline service stations	3,741.4	3,943.7	3,673.1	3,240.4	3,576.0	
12	Automotive parts, accessories and services	3,107.7	2,890.4	3,007.9	2,351.8	3,259.5	
13	General merchandise stores	7,625.5	5,432.6	5,384.8	4,221.9	7,344.0	
14	Other semi-durable goods stores	2,066.0	1,882.5	1,869.1	1,276.5	2,194.5	
15	Other durable goods stores	1,690.5	1,374.9	1,351.6	1,087.1	1,820.3	
16	Other retail stores	3,279.1	3,002.2	2,802.0	2,118.9	3,206.9	
17	Total, all stores	56,907.8	54,165.0	55,193.5	45,256.1	57,167.5	
Newfoundland							
1	Supermarkets and grocery stores	267.2	295.5	287.5	253.1	269.9	
2	All other food stores	
3	Drugs and patent medicine stores	70.2	66.2	68.7	66.3	75.8	
4	Shoe stores	6.2	5.6	5.3	3.3	7.3	
5	Men's clothing stores	5.2	3.3	3.9	2.5	7.7	
6	Women's clothing stores	20.1	12.3	12.2	8.5	21.2	
7	Other clothing stores	18.3	11.8	9.4	7.3	17.3	
8	Household furniture and appliance stores	31.2	24.8	21.8	17.8	37.7	
9	Household furnishings stores	4.7	3.7	3.6	3.0	5.0	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	126.7	164.3	188.3	119.0	119.4	
11	Gasoline service stations	88.4	100.7	87.5	74.4	85.8	
12	Automotive parts, accessories and services	44.5	41.5	42.9	34.0	44.7	
13	General merchandise stores	172.9	108.7	99.1	75.0	167.4	
14	Other semi-durable goods stores	33.6	30.8	32.2	20.4	39.7	
15	Other durable goods stores	16.2	9.6	9.4	7.1	19.4	
16	Other retail stores	33.0	23.7	22.2	19.9	32.1	
17	Total, all stores	945.3	910.9	903.3	718.9	956.9	

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
-2.6	1.0	1.4	1.0	3.6	Canada			
3.1	3.9	20.4	23.0	18.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
2.0	-1.9	-1.6	-1.9	-0.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-9.7	-2.5	1.9	-1.9	8.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-5.0	1.1	-3.7	-4.6	-8.6	Magasins de chaussures	4		
-6.8	2.3	7.9	7.4	11.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
4.3	9.1	15.3	22.8	18.2	Magasins de vêtements pour dames	6		
-8.7	-1.4	--	8.5	8.0	Autres magasins de vêtements	7		
1.5	-3.3	0.7	2.1	1.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
1.7	8.5	3.9	7.6	13.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
4.6	3.1	4.0	-0.9	0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-4.7	-3.4	-5.4	-3.4	9.0	Stations-service	11		
3.8	6.6	6.9	4.3	5.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-5.9	2.6	1.6	-1.9	7.8	Magasins de marchandises diverses	13		
-7.1	-2.0	0.1	4.6	6.3	Autres magasins de produits semi-durables	14		
2.2	5.8	8.2	5.1	11.7	Autres magasins de produits durables	15		
-0.5	3.3	3.1	3.6	7.1	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Terre-Neuve								
-1.0	2.1	6.6	5.4	-1.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-7.3	2.0	4.8	3.8	5.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-14.2	-1.1	2.4	-10.8	1.1	Magasins de chaussures	4		
-32.5	-4.6	-1.5	6.0	-4.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-5.3	-7.9	-1.1	3.3	4.2	Magasins de vêtements pour dames	6		
6.2	19.2	16.1	15.8	-44.3	Autres magasins de vêtements	7		
-17.4	1.9	4.0	5.1	9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-7.1	-7.4	2.2	13.6	-3.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
6.1	3.8	-2.4	-5.3	5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
3.1	26.6	21.5	10.8	9.5	Stations-service	11		
-0.5	-2.1	-6.7	1.9	-9.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
3.3	-4.7	-4.5	-9.7	6.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-15.4	-3.4	10.4	11.8	26.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-16.5	-18.9	-20.0	-29.4	3.3	Autres magasins de produits durables	15		
2.7	7.4	16.7	16.1	0.4	Autres magasins de vente au détail	16		
-1.2	3.5	3.9	2.3	2.1	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island						
1	Supermarkets and grocery stores	57.2	62.2	57.6	49.8	55.2
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	18.4	17.0	16.2	15.7	16.9
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	6.3	6.9	2.9	1.9	5.6
8	Household furniture and appliance stores	6.1	4.7	4.8	4.5	7.6
9	Household furnishings stores	2.0	1.4	1.3	1.1	1.9
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	42.5	48.9	55.8	35.2	40.9
11	Gasoline service stations	32.4	35.9	25.8	20.3	23.1
12	Automotive parts, accessories and services	13.6	11.9	12.6	9.3	14.3
13	General merchandise stores	31.0	23.5	22.2	15.1	32.0
14	Other semi-durable goods stores	14.3	13.8	10.7	7.0	11.1
15	Other durable goods stores	4.8	3.5	3.0	2.0	4.0
16	Other retail stores	11.3	13.7	11.2	8.5	12.5
17	Total, all stores	269.8	253.1	232.2	175.4	235.0
Nova Scotia						
1	Supermarkets and grocery stores	436.5	460.4	450.8	412.7	458.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	127.5	112.5	117.6	111.3	127.6
4	Shoe stores	9.8	9.4	9.2	5.5	11.2
5	Men's clothing stores	11.6	6.9	7.1	6.0	12.9
6	Women's clothing stores	37.9	25.5	26.0	18.4	39.6
7	Other clothing stores	47.6	31.9	25.3	20.6	44.9
8	Household furniture and appliance stores	48.4	36.7	34.7	32.9	53.0
9	Household furnishings stores	15.8	16.2	12.2	9.4	16.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	276.1	321.0	429.3	300.0	298.7
11	Gasoline service stations	112.5	126.7	116.0	106.0	124.4
12	Automotive parts, accessories and services	78.9	74.8	75.3	57.4	85.3
13	General merchandise stores	267.3	175.8	167.7	126.8	266.3
14	Other semi-durable goods stores	63.9	52.5	48.5	35.3	70.2
15	Other durable goods stores	45.7	31.7	29.4	20.7	40.8
16	Other retail stores	105.0	107.9	96.1	71.6	109.0
17	Total, all stores	1,707.0	1,614.9	1,673.3	1,355.3	1,785.9

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
3.6	9.8	13.6	7.0	7.3	Île-du-Prince-Édouard			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
9.0	1.7	0.9	1.9	-4.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
..	Magasins de vêtements pour hommes	5		
13.3	1.3	-19.9	-15.6	7.2	Magasins de vêtements pour dames	6		
-20.3	-30.0	-21.6	-12.0	-5.9	Autres magasins de vêtements	7		
5.2	-43.4	-41.4	-37.9	-20.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
4.0	20.2	5.1	2.0	13.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
39.9	25.5	9.0	-8.7	-7.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-4.9	-13.9	-11.6	-11.0	0.4	Stations-service	11		
-3.3	-1.9	2.4	-7.8	-1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
29.5	19.6	22.4	18.5	6.2	Magasins de marchandises diverses	13		
20.2	21.3	25.5	-0.8	-6.7	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-9.8	-10.4	-1.1	-1.5	1.7	Autres magasins de produits durables	15		
6.3	7.7	4.9	-0.5	2.5	Autres magasins de vente au détail	16		
Total, ensemble des magasins						17		
Nouvelle-Écosse								
-4.8	-2.7	2.7	6.7	5.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-0.1	0.6	8.7	-0.4	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-12.3	-0.2	3.2	-17.5	-0.3	Magasins de chaussures	4		
-10.1	8.0	3.1	10.2	-14.8	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-4.4	-8.2	-1.6	-3.6	-1.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
5.9	13.1	14.9	15.9	26.7	Autres magasins de vêtements	7		
-8.7	-12.0	-9.5	-10.1	--	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-5.7	9.9	-7.3	4.8	31.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-7.5	-4.5	3.4	-4.1	7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-9.6	-9.5	-16.8	-24.8	-28.5	Stations-service	11		
-7.5	-1.9	-13.0	-1.3	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
0.4	2.6	3.4	-0.4	1.0	Magasins de marchandises diverses	13		
-9.0	0.1	0.9	-5.6	9.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
11.9	20.6	22.5	8.4	0.7	Autres magasins de produits durables	15		
-3.7	2.0	2.5	-4.0	0.9	Autres magasins de vente au détail	16		
-4.4	-1.9	1.2	-1.7	1.5	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
millions of dollars - millions de dollars						
	New Brunswick					
1	Supermarkets and grocery stores	315.0	338.0	314.0	283.8	308.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	127.8	109.2	106.6	100.5	113.6
4	Shoe stores	10.3	9.1	9.0	5.4	10.8
5	Men's clothing stores	10.7	5.4	6.6	4.4	12.5
6	Women's clothing stores	33.9	22.6	23.0	15.6	32.7
7	Other clothing stores	33.9	23.9	17.8	14.0	26.0
8	Household furniture and appliance stores	50.8	40.2	34.1	32.2	51.7
9	Household furnishings stores	16.4	12.7	10.7	8.3	13.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	266.2	311.5	342.1	223.4	232.3
11	Gasoline service stations	88.6	107.1	92.4	93.8	116.1
12	Automotive parts, accessories and services	92.4	81.9	82.2	61.1	90.6
13	General merchandise stores	218.3	138.2	130.4	98.8	203.8
14	Other semi-durable goods stores	44.9	36.6	37.6	23.3	40.9
15	Other durable goods stores	29.3	23.0	21.2	15.0	33.5
16	Other retail stores	67.3	65.8	58.6	43.3	68.0
17	Total, all stores	1,417.8	1,338.0	1,298.3	1,028.6	1,361.0
	Quebec					
1	Supermarkets and grocery stores	3,290.0	3,387.0	3,387.5	3,162.4	3,550.6
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	771.3	648.7	649.6	654.6	741.8
4	Shoe stores	179.4	153.7	159.9	93.1	186.5
5	Men's clothing stores	134.6	87.9	111.5	71.0	144.8
6	Women's clothing stores	328.9	293.0	301.6	202.8	336.1
7	Other clothing stores	455.6	390.7	378.3	268.1	428.2
8	Household furniture and appliance stores	632.8	612.5	600.4	453.0	627.9
9	Household furnishings stores	149.6	150.6	157.9	103.1	145.8
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,374.4	2,758.2	3,241.8	2,257.4	2,331.2
11	Gasoline service stations	855.4	820.4	764.7	682.5	735.7
12	Automotive parts, accessories and services	838.6	741.7	796.1	564.2	827.2
13	General merchandise stores	1,479.2	1,106.4	1,138.5	863.5	1,456.9
14	Other semi-durable goods stores	441.1	446.2	447.6	288.9	489.9
15	Other durable goods stores	345.9	294.7	296.0	222.1	352.5
16	Other retail stores	531.2	435.1	459.8	353.4	543.0
17	Total, all stores	13,150.0	12,674.3	13,229.4	10,544.2	13,251.7

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
2.3	5.8	0.2	-8.6	-13.9				
..				
12.5	13.2	13.0	14.0	24.5	Nouveau-Brunswick			
-4.6	10.0	11.9	4.6	17.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-14.5	-25.5	-21.2	-19.2	-19.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
3.7	-2.1	5.7	2.8	0.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
30.3	27.8	15.0	8.6	-6.1	Magasins de chaussures	4		
-1.9	8.0	0.1	4.6	7.8	Magasins de vêtements pour hommes	5		
24.4	13.8	3.4	8.1	18.9	Magasins de vêtements pour dames	6		
14.6	28.8	5.6	-7.9	-5.8	Autres magasins de vêtements	7		
-23.7	-13.2	-15.5	-2.0	8.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
2.0	-2.8	0.2	7.7	18.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
7.1	-0.3	-6.8	-7.3	3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
9.7	19.6	21.8	18.0	2.1	Stations-service	11		
-12.6	3.5	6.4	6.5	20.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-1.0	2.7	8.8	2.6	2.5	Magasins de marchandises diverses	13		
4.2	8.3	1.8	-3.0	-0.2	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-7.3	-5.9	-6.2	-4.2	2.4	Autres magasins de produits durables	15		
..	Autres magasins de vente au détail	16		
4.0	-11.5	-12.9	-5.7	-7.3	Total, ensemble des magasins	17		
-3.8	2.0	2.3	-3.0	6.4				
-7.1	-7.1	-3.9	-4.0	-1.9	Québec			
-2.1	4.2	7.4	3.1	15.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
6.4	14.9	18.6	20.8	17.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
0.8	9.0	14.1	20.8	8.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
2.7	5.5	13.9	14.6	4.0	Magasins de chaussures	4		
1.9	-0.9	-10.2	-4.9	2.1	Magasins de vêtements pour hommes	5		
16.3	8.7	8.2	-3.8	2.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
1.4	1.4	-2.3	-3.1	6.5	Autres magasins de vêtements	7		
1.5	1.3	3.4	1.4	7.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-10.0	-4.2	-4.1	-1.1	16.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-1.9	7.8	7.8	7.6	17.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-2.2	1.2	1.0	7.3	11.0	Stations-service	11		
-0.8	-0.7	-3.2	-1.3	4.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-	-	-	-	-	Magasins de marchandises diverses	13		
-	-	-	-	-	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-	-	-	-	-	Autres magasins de produits durables	15		
-	-	-	-	-	Autres magasins de vente au détail	16		
-	-	-	-	-	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	3,891.6	4,026.7	4,061.7	3,794.5	4,043.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	1,290.3	1,148.9	1,152.7	1,079.5	1,247.3
4	Shoe stores	165.1	151.0	162.9	115.7	196.6
5	Men's clothing stores	220.6	138.4	164.1	124.6	242.9
6	Women's clothing stores	454.2	372.4	401.8	287.0	519.7
7	Other clothing stores	633.8	480.6	434.3	360.0	624.5
8	Household furniture and appliance stores	846.1	718.0	681.7	704.3	1,015.2
9	Household furnishings stores	244.6	219.9	212.6	185.7	264.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,454.8	5,022.0	5,621.3	4,326.8	4,684.8
11	Gasoline service stations	1,404.0	1,488.4	1,387.9	1,218.2	1,303.0
12	Automotive parts, accessories and services	1,175.0	1,079.1	1,143.6	923.9	1,265.1
13	General merchandise stores	2,929.3	2,001.5	1,978.0	1,565.6	2,796.5
14	Other semi-durable goods stores	799.6	704.4	688.7	483.4	835.8
15	Other durable goods stores	637.8	503.4	517.0	430.5	730.9
16	Other retail stores	1,525.8	1,440.2	1,290.3	915.9	1,421.7
17	Total, all stores	21,144.8	19,957.8	20,407.2	16,915.0	21,601.2
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	508.5	510.8	502.4	443.1	480.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	86.6	75.4	72.7	66.9	72.9
4	Shoe stores	15.7	12.5	12.9	8.1	13.8
5	Men's clothing stores	15.6	9.4	11.2	8.1	17.5
6	Women's clothing stores	31.8	26.4	27.8	20.7	37.7
7	Other clothing stores	61.9	42.8	40.4	30.4	55.5
8	Household furniture and appliance stores	77.5	63.3	56.7	53.4	82.6
9	Household furnishings stores	16.2	15.0	14.1	12.2	14.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	362.8	412.0	467.4	333.4	352.7
11	Gasoline service stations	156.8	176.6	171.6	151.3	164.3
12	Automotive parts, accessories and services	100.7	89.3	91.4	63.9	86.7
13	General merchandise stores	320.9	234.4	236.6	191.1	322.8
14	Other semi-durable goods stores	67.2	50.7	47.4	36.2	61.8
15	Other durable goods stores	63.6	52.8	52.4	41.1	71.4
16	Other retail stores	99.2	85.3	80.8	65.5	96.1
17	Total, all stores	2,008.0	1,877.5	1,908.8	1,545.1	1,955.5

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995	Quarter 3 1995	Quarter 2 1995	Quarter 1 1995	Quarter 4 1994	Ontario			
Trimestre 4	Trimestre 3	Trimestre 2	Trimestre 1	Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
-3.8	1.4	2.1	3.1	4.6				
..				
3.4	1.6	3.4	0.7	2.2				
-16.0	-7.9	-5.4	-4.4	4.4				
-9.2	-2.5	-7.9	-6.1	-12.3				
-12.6	-0.9	5.7	10.4	11.5				
1.5	3.9	14.8	33.1	21.1				
-16.7	-11.9	-6.0	6.8	4.4				
-7.5	-10.7	-3.8	0.7	8.2				
-4.9	11.5	5.6	11.7	16.4				
7.7	9.8	6.4	0.1	-0.8				
-7.1	-5.6	-6.0	-4.3	11.0				
4.7	9.2	9.6	7.9	7.7				
-4.3	8.7	6.2	0.7	2.6				
-12.7	-7.0	-2.0	9.3	7.1				
7.3	10.5	13.1	4.7	13.6				
-2.1	4.7	4.8	6.3	8.6	Total, ensemble des magasins	17		
Manitoba								
5.9	6.7	5.8	-3.6	0.5	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
18.8	18.5	14.0	8.3	2.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
13.6	27.2	23.6	1.9	11.1	Magasins de chaussures	4		
-11.2	-6.3	-11.9	-15.2	-18.8	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-15.7	-10.4	-13.0	-10.6	-8.5	Magasins de vêtements pour dames	6		
11.5	10.2	17.1	13.2	13.8	Autres magasins de vêtements	7		
-6.2	8.0	1.7	6.5	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
10.1	13.8	6.4	22.6	0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
2.9	20.5	15.8	7.4	9.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-4.5	3.7	16.8	10.6	11.4	Stations-service	11		
16.2	4.5	-4.1	-11.1	-8.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-0.6	4.6	6.1	2.4	6.8	Magasins de marchandises diverses	13		
8.8	10.9	-8.0	-0.5	5.2	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-10.9	5.0	12.5	22.9	26.3	Autres magasins de produits durables	15		
3.2	10.9	10.6	3.8	8.1	Autres magasins de vente au détail	16		
2.7	9.1	8.4	2.3	5.1	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
millions of dollars - millions de dollars					
Saskatchewan					
1 Supermarkets and grocery stores	427.8	436.2	425.1	369.5	373.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	79.8	73.0	85.4	83.1	108.3
4 Shoe stores	10.2	9.2	10.9	7.0	12.1
5 Men's clothing stores	15.9	9.0	8.9	6.5	14.3
6 Women's clothing stores	30.9	23.8	24.6	17.8	30.3
7 Other clothing stores	51.3	34.6	34.0	24.1	46.1
8 Household furniture and appliance stores	58.7	52.2	48.0	49.1	66.8
9 Household furnishings stores	21.1	16.8	14.9	13.6	20.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	422.5	389.6	409.1	324.0	371.5
11 Gasoline service stations	142.8	145.9	134.5	117.3	132.8
12 Automotive parts, accessories and services	96.1	117.3	125.4	90.8	131.5
13 General merchandise stores	277.7	202.1	202.7	159.6	258.1
14 Other semi-durable goods stores	67.3	53.3	46.4	35.7	60.1
15 Other durable goods stores	47.9	38.3	35.4	27.2	48.7
16 Other retail stores	78.1	71.9	66.3	51.8	77.3
17 Total, all stores	1,843.2	1,685.4	1,682.3	1,387.1	1,763.4
Alberta					
1 Supermarkets and grocery stores	1,382.7	1,443.9	1,416.5	1,275.4	1,378.9
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	298.6	262.6	253.4	253.2	302.0
4 Shoe stores	41.3	39.2	40.0	28.1	44.9
5 Men's clothing stores	67.0	42.9	40.2	31.0	55.9
6 Women's clothing stores	122.3	97.1	102.2	77.2	137.9
7 Other clothing stores	202.8	161.5	132.1	103.1	185.7
8 Household furniture and appliance stores	314.8	253.6	228.0	233.7	330.0
9 Household furnishings stores	76.8	59.9	51.3	44.6	60.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,320.3	1,394.2	1,594.4	1,092.7	1,108.0
11 Gasoline service stations	343.7	366.5	349.8	313.4	387.7
12 Automotive parts, accessories and services	304.6	311.4	317.1	268.0	392.8
13 General merchandise stores	795.6	566.8	561.7	450.6	758.1
14 Other semi-durable goods stores	198.8	171.8	190.2	124.4	220.3
15 Other durable goods stores	208.0	163.6	145.7	117.2	209.8
16 Other retail stores	351.6	309.9	302.6	244.0	357.5
17 Total, all stores	6,068.2	5,679.8	5,759.4	4,688.6	5,977.8

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
14.5	12.3	10.8	6.8	1.4	Saskatchewan			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-26.3	-30.6	-22.2	-21.9	4.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-15.8	-4.7	13.9	2.4	27.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
11.1	9.7	-19.6	-24.2	-10.4	Magasins de chaussures	4		
2.1	2.8	2.8	1.2	3.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
11.2	11.4	28.1	12.7	23.8	Magasins de vêtements pour dames	6		
-12.2	7.3	7.3	20.5	21.3	Autres magasins de vêtements	7		
5.0	5.1	-1.5	3.9	19.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
13.7	18.9	12.8	13.1	21.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
7.5	-0.4	2.2	3.9	7.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-26.9	-7.6	-4.8	0.1	41.0	Stations-service	11		
7.6	11.1	10.5	7.7	5.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
11.9	16.2	-11.9	-7.6	-4.2	Magasins de marchandises diverses	13		
-1.6	-0.1	-13.9	-8.3	-14.2	Autres magasins de produits semi-durables	14		
1.1	3.9	3.7	7.7	-7.6	Autres magasins de produits durables	15		
4.5	6.9	5.0	4.8	9.0	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Alberta								
0.3	5.4	5.0	0.1	1.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-1.1	0.2	-4.9	-9.0	-8.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-8.1	-0.4	22.9	17.8	35.4	Magasins de chaussures	4		
19.8	37.7	-0.7	-17.7	-24.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-11.3	0.8	14.3	11.7	18.9	Magasins de vêtements pour dames	6		
9.3	15.0	14.0	16.9	20.0	Autres magasins de vêtements	7		
-4.6	-0.4	-9.7	1.6	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
26.2	0.8	-7.6	-15.0	-11.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
19.2	13.9	5.5	2.6	10.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-11.3	-18.4	-13.2	-6.9	1.4	Stations-service	11		
-22.5	-14.9	-16.5	-4.9	18.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.9	7.5	8.6	5.1	2.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-9.8	-12.8	-4.4	-18.9	-4.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-0.9	-6.2	-3.0	3.7	6.9	Autres magasins de produits durables	15		
-1.7	4.8	10.3	11.3	24.1	Autres magasins de vente au détail	16		
1.5	2.9	1.5	0.1	5.4	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
	millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia					
1 Supermarkets and grocery stores	1,835.4	1,879.6	1,834.7	1,665.9	1,815.6
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	441.4	393.8	376.3	369.8	439.4
4 Shoe stores	52.4	51.6	53.0	40.6	59.5
5 Men's clothing stores	83.6	56.0	57.9	47.4	86.4
6 Women's clothing stores	174.2	152.9	144.9	107.9	169.0
7 Other clothing stores	208.2	169.5	146.6	126.3	214.9
8 Household furniture and appliance stores	413.7	350.7	304.4	299.4	444.9
9 Household furnishings stores	115.4	93.1	87.3	86.7	109.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,716.7	1,996.4	2,187.9	1,777.8	1,638.9
11 Gasoline service stations	504.9	559.9	529.8	452.7	492.5
12 Automotive parts, accessories and services	357.0	333.3	312.9	274.1	315.8
13 General merchandise stores	1,077.9	822.9	794.1	631.1	1,024.5
14 Other semi-durable goods stores	327.0	314.7	312.7	217.1	356.5
15 Other durable goods stores	286.0	248.6	236.5	200.7	303.4
16 Other retail stores	465.6	437.7	404.1	337.5	479.0
17 Total, all stores	8,192.4	7,988.3	7,919.4	6,755.3	8,095.9
Yukon and Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	40.5	42.2	38.8	33.7	45.0
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores	1.3	1.1	1.3	0.9	1.4
7 Other clothing stores
8 Household furniture and appliance stores	5.9	5.1	4.6	4.0	5.1
9 Household furnishings stores	1.3	1.3	1.1	1.0	1.5
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.4	22.0	23.7	17.1	16.8
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	55.4	52.2	53.9	44.6	57.6
14 Other semi-durable goods stores	8.3	7.7	6.9	4.8	8.1
15 Other durable goods stores	5.3	5.6	5.4	3.5	5.7
16 Other retail stores	10.9	11.1	10.0	7.5	10.7
17 Total, all stores	181.3	185.0	179.8	142.7	183.3

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
1.1	6.3	8.4	7.7	10.9	Colombie-Britannique			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
0.5	3.8	4.3	2.3	2.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-12.0	-8.0	3.2	-1.6	14.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-3.1	6.6	16.2	17.0	12.5	Magasins de chaussures	4		
3.0	14.9	21.7	14.3	15.5	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-3.1	3.6	8.7	14.6	22.4	Magasins de vêtements pour dames	6		
-7.0	3.2	-2.5	3.6	21.3	Autres magasins de vêtements	7		
5.2	-6.5	-2.0	-0.5	-13.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
4.7	7.5	21.2	27.1	30.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
2.5	-0.3	9.4	8.0	1.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
13.0	5.5	1.9	-1.8	-3.1	Stations-service	11		
5.2	10.7	8.7	4.2	2.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-8.3	5.4	4.6	0.8	19.5	Magasins de marchandises diverses	13		
-5.7	-2.7	-4.0	-6.5	-6.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-2.8	-2.0	2.2	2.1	8.6	Autres magasins de produits durables	15		
1.2	5.0	10.1	10.2	11.4	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Yukon et Territoires du Nord-Ouest								
-10.1	-6.1	-12.7	-11.3	6.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-9.4	0.2	14.7	18.7	12.0	Magasins de vêtements pour dames	6		
..	Autres magasins de vêtements	7		
17.1	28.4	21.6	11.2	21.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-8.1	-6.1	-13.0	-10.9	-4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
21.9	22.0	15.4	9.4	4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-3.8	7.9	4.4	2.0	6.7	Magasins de marchandises diverses	13		
1.6	4.9	13.1	14.9	32.3	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-7.8	-15.6	-12.4	4.9	22.7	Autres magasins de produits durables	15		
1.8	4.9	11.4	-1.5	-4.6	Autres magasins de vente au détail	16		
-1.1	4.1	2.8	-0.4	8.6	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	18.4	20.1	17.5	14.9	13.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	3.3
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7.1	7.4	10.1	6.2	6.5
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.5	4.1	3.2	2.1	3.5
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	62.0	68.9	62.2	46.1	54.3
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	22.1	22.1	21.4	18.8	32.0
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	2.2	1.7	1.8	1.4	1.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	13.3	14.6	13.6	10.9	10.2
11	Gasoline service stations	4.7	4.5	3.9	4.0	4.1
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	4.8	3.6	3.7	2.7	4.7
15	Other durable goods stores	2.4	2.2	2.7	1.8	2.7
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	119.3	116.1	117.6	96.6	129.0

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	Quarter 4 1994 Trimestre 4				
Per cent - pourcentage								
40.8	38.5	24.9	20.3	-4.9	Yukon			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
X	X	X	X	X	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
..	121.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
9.0	15.7	16.2	17.0	-5.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
0.8	-3.2	4.9	10.4	44.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
..	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
14.2	16.3	12.1	8.0	4.8	Total, ensemble des magasins	17		
Territoires du Nord-Ouest								
-30.9	-27.4	-29.9	-26.6	12.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
23.6	-12.2	-11.5	-23.2	-34.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
30.1	25.5	14.9	5.6	12.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
12.9	-9.9	-8.7	-6.4	36.4	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
2.3	15.8	21.4	18.7	24.6	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-12.2	-13.1	13.9	6.1	-2.6	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
-7.5	-2.0	-1.5	-4.0	10.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.		Response fraction Fraction de réponse				
		February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	
Per cent - pourcentage						
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	91.9	95.0	95.2	95.5	
2	All other food stores	84.3	89.8	88.0	91.0	
3	Drugs and patent medicine stores	92.5	94.2	95.3	94.8	
4	Shoe stores	93.9	96.9	96.8	98.0	
5	Men's clothing stores	94.4	94.8	94.2	93.8	
6	Women's clothing stores	91.1	92.4	93.2	93.4	
7	Other clothing stores	89.0	92.4	93.3	92.0	
8	Household furniture and appliance stores	92.3	92.8	94.2	94.9	
9	Household furnishings stores	87.2	93.5	85.8	89.2	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.9	97.2	97.9	97.7	
11	Gasoline service stations	87.4	93.8	94.1	96.0	
12	Automotive parts, accessories and services	90.6	92.8	93.7	94.0	
13	General merchandise stores	99.3	99.5	99.6	99.6	
14	Other semi-durable goods stores	92.2	94.8	94.0	93.7	
15	Other durable goods stores	94.4	95.8	95.7	94.9	
16	Other retail stores	95.5	96.5	97.8	97.8	
17	Total, all stores	93.2	95.4	95.9	96.2	
Regions						
18	Newfoundland	86.4	96.9	96.7	97.0	
19	Prince Edward Island	84.5	94.5	95.0	95.6	
20	Nova Scotia	84.6	96.5	97.6	97.3	
21	New Brunswick	96.7	96.1	97.1	97.4	
22	Quebec	92.5	94.6	95.4	96.1	
23	Ontario	92.7	94.7	95.0	95.2	
24	Manitoba	93.6	96.7	96.8	96.4	
25	Saskatchewan	94.6	97.2	97.6	97.7	
26	Alberta	93.1	95.4	96.6	97.1	
27	British Columbia	97.2	97.5	97.2	97.4	
28	Yukon	86.9	91.6	93.4	92.8	
29	Northwest Territories	95.9	98.1	96.4	96.7	

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

February 1996 Février	Coefficient of variation Coefficient de variation			N°
	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
1.7	1.8	1.7	2.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
9.9	13.2	9.3	10.0	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.8	2.9	2.6	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.9	3.2	2.6	3.1	Magasins de chaussures 4
4.2	4.7	3.9	3.8	Magasins de vêtements pour hommes 5
3.2	3.2	3.6	3.2	Magasins de vêtements pour dames 6
5.3	5.4	3.3	5.5	Autres magasins de vêtements 7
2.7	3.0	3.2	3.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
4.1	5.1	6.3	5.6	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.0	4.9	4.7	4.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.0	3.2	3.1	3.3	Stations-service 11
3.2	3.3	2.8	3.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.6	0.7	0.5	0.5	Magasins de marchandises diverses 13
2.9	5.2	3.0	3.1	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.4	3.9	3.8	3.2	Autres magasins de produits durables 15
3.0	6.3	1.5	4.9	Autres magasins de vente au détail 16
1.2	1.4	0.9	1.2	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.5	2.5	1.9	2.1	Terre-Neuve 18
2.4	2.5	2.6	3.2	Île-du-Prince-Édouard 19
4.8	4.3	2.3	2.2	Nouvelle-Écosse 20
2.4	2.8	2.2	2.3	Nouveau-Brunswick 21
1.9	2.0	1.7	2.3	Québec 22
2.8	3.3	2.1	2.5	Ontario 23
3.2	2.8	1.8	2.0	Manitoba 24
2.7	2.9	2.3	2.5	Saskatchewan 25
2.4	2.3	2.3	2.5	Alberta 26
1.8	1.7	1.4	1.7	Colombie-Britannique 27
1.1	1.3	1.1	1.0	Yukon 28
2.3	2.6	1.4	1.9	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,004.6	4,040.8	4,120.1	4,091.6	4,116.0	4,155.8	4,150.3
2 All other food stores	363.3	365.9	351.4	342.9	342.1	346.2	338.4
3 Drugs and patent medicine stores	1,031.8	1,026.9	1,031.0	1,017.0	1,006.5	1,002.6	987.6
4 Shoe stores	135.1	131.8	132.5	143.4	133.2	140.1	143.3
5 Men's clothing stores	128.0	129.2	130.7	129.7	131.6	134.1	136.3
6 Women's clothing stores	333.2	329.0	330.8	327.6	326.9	335.8	339.7
7 Other clothing stores	441.5	446.1	440.7	438.7	436.7	443.1	439.5
8 Household furniture and appliance stores	672.4	665.2	683.3	682.7	690.4	700.8	706.5
9 Household furnishings stores	193.9	197.1	197.2	194.4	192.3	192.5	188.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,284.5	4,212.0	4,178.2	4,164.0	4,191.2	4,241.7	4,278.4
11 Gasoline service stations	1,290.9	1,299.3	1,274.1	1,231.5	1,223.3	1,230.8	1,226.8
12 Automotive parts, accessories and service	1,010.3	1,011.8	976.9	976.6	932.9	947.9	962.5
13 General merchandise stores	1,938.1	1,928.9	1,916.0	1,901.7	1,901.2	1,902.9	1,909.3
14 Other semi-durable goods stores	589.4	604.2	572.6	576.3	580.6	616.2	606.0
15 Other durable goods stores	431.7	438.6	438.5	440.4	433.8	446.1	452.9
16 Other retail stores	976.9	975.9	924.6	973.2	946.9	947.1	943.9
17 Total, all stores	17,825.5	17,802.6	17,698.8	17,631.8	17,585.6	17,783.6	17,810.0
Regions							
18 Newfoundland	289.9	285.8	282.4	287.3	288.8	291.4	292.6
19 Prince Edward Island	78.7	76.4	78.7	78.9	77.5	77.5	77.6
20 Nova Scotia	564.9	547.9	534.5	520.1	516.0	527.6	529.9
21 New Brunswick	439.7	442.8	439.3	434.7	430.0	435.5	432.5
22 Quebec	4,202.1	4,220.6	4,198.2	4,220.3	4,186.7	4,174.5	4,146.6
23 Ontario	6,418.4	6,546.5	6,486.0	6,439.5	6,401.6	6,616.4	6,628.6
24 Manitoba	619.8	636.6	611.4	603.8	618.2	623.3	623.9
25 Saskatchewan	570.3	570.2	563.6	560.4	567.0	558.1	560.6
26 Alberta	1,924.9	1,847.4	1,867.9	1,870.0	1,886.8	1,858.0	1,876.2
27 British Columbia	2,656.4	2,570.6	2,578.0	2,560.4	2,554.6	2,563.4	2,582.4
28 Yukon	19.3	18.9	20.7	20.3	20.9	20.4	21.1
29 Northwest Territories	41.1	39.0	38.1	36.1	37.5	37.5	38.0

**TABLEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	N°
millions of dollars - millions de dollars						
						Groupe de commerce - Canada
4,168.0	4,153.6	4,178.6	4,191.4	4,148.3	4,199.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
338.5	343.5	350.4	353.6	351.0	345.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
988.3	984.9	988.5	985.5	979.9	980.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
144.4	152.4	147.8	136.9	150.2	142.2	Magasins de chaussures 4
138.4	139.3	136.3	136.2	137.6	151.7	Magasins de vêtements pour hommes 5
343.7	365.4	349.1	332.1	345.0	348.5	Magasins de vêtements pour dames 6
437.8	436.1	437.5	441.0	435.7	446.9	Autres magasins de vêtements 7
703.6	699.0	712.3	729.0	736.2	748.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
186.1	188.2	188.7	190.6	191.4	190.5	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,123.7	4,169.8	4,045.0	4,009.5	4,024.3	4,043.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,234.9	1,230.1	1,235.3	1,197.3	1,180.2	1,183.8	Stations-service 11
954.4	952.4	935.0	901.8	938.3	936.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,899.6	1,909.9	1,891.7	1,855.2	1,861.3	1,861.4	Magasins de marchandises diverses 13
605.1	600.1	601.6	589.8	586.5	578.4	Autres magasins de produits semi-durables 14
470.7	461.4	462.7	469.2	479.9	472.8	Autres magasins de produits durables 15
940.5	931.8	940.4	930.5	897.4	909.0	Autres magasins de vente au détail 16
17,677.7	17,717.7	17,600.9	17,449.4	17,443.2	17,539.7	Total, ensemble des magasins 17
						Régions
293.7	290.2	291.8	298.0	289.9	289.0	Terre-Neuve 18
75.8	76.7	75.6	73.0	73.0	73.4	Île-du-Prince-Édouard 19
523.9	530.9	533.7	536.8	528.8	532.8	Nouvelle-Écosse 20
428.1	425.2	417.8	411.9	409.9	411.0	Nouveau-Brunswick 21
4,117.3	4,061.8	4,076.5	4,074.3	4,081.7	4,089.0	Québec 22
6,574.6	6,615.3	6,561.8	6,419.4	6,522.5	6,595.7	Ontario 23
624.7	621.9	618.7	605.5	600.9	597.3	Manitoba 24
555.7	554.4	545.3	536.9	523.7	536.5	Saskatchewan 25
1,855.5	1,859.6	1,855.1	1,828.0	1,798.6	1,814.9	Alberta 26
2,571.4	2,624.1	2,567.2	2,608.3	2,557.2	2,544.5	Colombie-Britannique 27
19.6	19.7	19.8	19.4	19.3	19.1	Yukon 28
37.5	37.9	37.7	37.9	37.7	36.6	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	3,753.6	3,768.1	4,512.6	4,008.3	3,931.6	4,304.5	4,269.2
2 All other food stores	319.2	307.1	427.0	318.4	324.0	346.1	352.4
3 Drugs and patent medicine stores	972.0	993.2	1,276.4	1,026.6	1,015.3	993.6	983.0
4 Shoe stores	82.3	96.0	179.8	171.3	141.3	160.1	150.2
5 Men's clothing stores	80.1	99.0	279.2	159.2	129.4	128.8	114.0
6 Women's clothing stores	224.6	232.4	561.4	353.0	325.1	368.6	335.0
7 Other clothing stores	294.3	318.5	763.7	511.8	448.5	499.1	472.4
8 Household furniture and appliance stores	549.1	557.2	1,003.6	758.5	723.9	739.7	726.8
9 Household furnishings stores	151.8	156.9	245.3	218.2	200.5	201.0	198.8
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,617.7	3,389.1	3,349.5	3,916.8	4,117.4	4,158.9	4,431.5
11 Gasoline service stations	1,174.3	1,217.9	1,261.1	1,232.1	1,248.1	1,241.6	1,345.9
12 Automotive parts, accessories and service	801.1	857.2	1,053.8	1,102.3	951.5	921.3	981.8
13 General merchandise stores	1,411.1	1,386.6	3,296.4	2,389.5	1,939.6	1,837.5	1,881.9
14 Other semi-durable goods stores	429.4	435.9	901.0	614.7	550.3	622.6	644.9
15 Other durable goods stores	323.7	340.8	851.2	458.8	380.6	428.5	474.3
16 Other retail stores	756.6	722.1	1,424.4	964.8	889.9	969.9	1,007.7
17 Total, all stores	14,940.8	14,878.1	21,386.4	18,204.5	17,317.0	17,921.6	18,369.9
Regions							
18 Newfoundland	235.3	223.7	354.2	307.2	283.9	294.5	311.6
19 Prince Edward Island	61.9	59.8	94.1	80.9	74.7	78.8	88.4
20 Nova Scotia	465.8	450.7	660.5	543.5	503.0	527.8	550.5
21 New Brunswick	358.8	357.0	531.2	461.6	424.9	440.6	453.4
22 Quebec	3,453.9	3,481.7	4,759.9	4,303.5	4,086.6	4,196.2	4,305.1
23 Ontario	5,416.2	5,513.7	8,036.4	6,792.3	6,316.2	6,674.9	6,740.8
24 Manitoba	525.3	529.0	767.2	626.8	614.0	621.0	634.1
25 Saskatchewan	480.5	489.0	685.6	584.2	573.4	551.3	574.7
26 Alberta	1,601.1	1,536.3	2,296.7	1,908.3	1,863.3	1,856.8	1,941.6
27 British Columbia	2,291.6	2,190.2	3,132.5	2,539.6	2,520.2	2,621.9	2,706.1
28 Yukon	15.3	14.7	22.4	19.5	20.1	20.8	24.5
29 Northwest Territories	35.3	32.2	45.5	37.1	36.7	37.2	39.1

TABLEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year 1996 Année	N°
millions of dollars - millions de dollars							
							Groupe de commerce - Canada
4,308.7	4,394.4	4,247.5	4,134.9	4,158.9	3,734.0	7,521.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
359.6	373.1	364.1	367.6	337.1	291.8	626.2	Tous les autres magasins d'alimentation 2
936.9	986.2	980.9	938.2	977.9	885.0	1,965.2	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
132.9	162.6	161.6	140.6	122.3	82.5	178.4	Magasins de chaussures 4
118.5	152.4	135.7	125.1	104.9	89.6	179.0	Magasins de vêtements pour hommes 5
326.9	382.7	368.5	317.3	289.9	223.5	457.0	Magasins de vêtements pour dames 6
386.3	426.1	401.1	397.5	369.5	282.9	612.9	Autres magasins de vêtements 7
695.2	696.3	652.8	670.0	677.6	575.9	1,106.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
190.6	200.6	192.7	173.8	177.2	145.4	308.7	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,249.6	5,156.6	5,095.9	4,308.5	4,349.0	3,259.6	7,006.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,356.1	1,314.9	1,259.9	1,098.3	1,130.4	1,035.6	2,392.2	Stations-service 11
987.3	1,077.4	1,054.2	876.3	864.4	710.7	1,658.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,713.3	1,865.6	1,821.6	1,697.6	1,608.7	1,292.2	2,797.7	Magasins de marchandises diverses 13
615.0	649.5	687.6	531.9	459.2	405.5	865.3	Autres magasins de produits semi-durables 14
472.1	473.8	456.2	421.6	386.8	335.2	664.5	Autres magasins de produits durables 15
1,024.5	1,003.2	945.0	853.8	778.1	668.4	1,478.7	Autres magasins de vente au détail 16
17,873.4	19,315.5	18,825.2	17,052.8	16,792.0	14,017.7	29,818.9	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
304.7	314.0	302.6	286.6	275.5	223.1	459.0	Terre-Neuve 18
85.9	87.0	78.8	66.3	63.7	54.8	121.7	Île-du-Prince-Édouard 19
536.6	587.4	561.1	524.8	502.0	417.0	916.6	Nouvelle-Écosse 20
444.0	463.2	440.4	394.8	383.3	321.9	715.8	Nouveau-Brunswick 21
4,173.1	4,501.2	4,565.0	4,163.2	3,965.7	3,196.3	6,935.6	Québec 22
6,542.1	7,257.3	6,982.5	6,167.4	6,228.6	5,286.7	10,929.9	Ontario 23
622.5	669.8	647.2	591.9	573.9	483.1	1,054.3	Manitoba 24
559.4	596.0	566.9	519.5	501.8	433.0	969.6	Saskatchewan 25
1,881.4	2,015.7	1,954.0	1,789.8	1,735.8	1,447.3	3,137.4	Alberta 26
2,660.4	2,759.1	2,666.6	2,493.7	2,507.8	2,109.9	4,481.7	Colombie-Britannique 27
23.6	23.3	21.2	17.8	17.4	14.5	30.0	Yukon 28
39.8	41.5	39.0	37.1	36.5	30.1	67.4	Territoires du Nord-Ouest 29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	Year-to-date 1996 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
Regions					
Newfoundland	64.7	64.4	157.4	122.8	129.1
Prince Edward Island	17.1	17.4	40.0	27.2	34.5
Nova Scotia	130.5	127.1	297.5	209.5	257.7
New Brunswick	113.7	115.9	243.4	184.2	229.6
Quebec	1,057.7	1,100.2	2,004.8	1,520.5	2,157.9
Ontario	1,650.9	1,709.3	3,551.3	2,521.1	3,360.2
Manitoba	149.8	147.6	329.0	227.2	297.4
Saskatchewan	128.8	136.7	277.6	200.4	265.4
Alberta	498.2	480.9	1,025.3	690.4	979.0
British Columbia	684.5	695.9	1,395.3	931.2	1,380.4
Yukon	4.2	4.0	8.8	6.2	8.2
Northwest Territories	18.2	17.2	27.5	20.8	35.5
Total	4,518.3	4,616.6	9,357.9	6,661.6	9,134.9

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août
millions of dollars - millions de dollars							
Regions							
Newfoundland	64.7	64.4	157.4	122.8	98.4	93.1	95.2
Prince Edward Island	17.1	17.4	40.0	27.2	22.7	23.7	27.4
Nova Scotia	130.5	127.1	297.5	209.5	168.5	168.4	172.7
New Brunswick	113.7	115.9	243.4	184.2	148.6	142.6	147.8
Quebec	1,057.7	1,100.2	2,004.8	1,520.5	1,393.1	1,427.8	1,415.6
Ontario	1,650.9	1,709.3	3,551.3	2,521.1	2,149.0	2,253.4	2,157.4
Manitoba	149.8	147.6	329.0	227.2	200.9	193.0	204.3
Saskatchewan	128.8	136.7	277.6	200.4	182.8	171.0	179.8
Alberta	498.2	480.9	1,025.3	690.4	610.3	602.0	633.8
British Columbia	684.5	695.9	1,395.3	931.2	853.4	876.6	918.8
Yukon	4.2	4.0	8.8	6.2	6.2	6.7	7.4
Northwest Territories	18.2	17.2	27.5	20.8	20.7	21.2	21.2
Total	4,518.3	4,616.6	9,357.9	6,661.6	5,854.5	5,979.4	5,981.3

TABLEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-0.6	-4.2	-7.3	-3.2	-2.4	Régions
8.3	8.1	5.8	5.4	8.2	Terre-Neuve
9.2	1.1	-2.2	1.2	5.1	Île-du-Prince-Édouard
14.3	13.8	6.3	10.3	14.0	Nouvelle-Écosse
9.3	4.1	-2.2	2.5	6.6	Nouveau-Brunswick
-0.1	-1.0	-4.6	--	-0.6	Québec
4.8	-0.3	0.2	2.1	2.2	Ontario
-1.6	-4.1	-2.2	1.2	-2.9	Manitoba
11.2	0.2	0.5	1.5	5.5	Saskatchewan
4.8	0.2	-0.3	-1.4	2.4	Alberta
-8.4	-4.8	2.3	-0.1	-6.7	Colombie-Britannique
5.9	2.6	0.2	-6.4	4.3	Yukon
4.6	0.8	-2.3	0.9	2.7	Territoires du Nord-Ouest
					Total

TABLEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	February 1995 Février	Year 1996 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
88.4	92.7	87.7	85.3	78.9	65.1	129.1	Terre-Neuve
25.5	24.2	22.2	19.8	18.5	15.8	34.5	Île-du-Prince-Édouard
157.8	165.4	160.4	151.9	141.5	119.5	257.7	Nouvelle-Écosse
130.6	141.0	135.2	120.8	116.2	99.5	229.6	Nouveau-Brunswick
1,341.0	1,462.5	1,466.0	1,312.6	1,195.8	967.5	2,157.9	Québec
2,027.7	2,232.2	2,151.3	2,010.3	1,955.6	1,653.3	3,360.2	Ontario
185.5	199.2	192.4	180.6	177.4	142.9	297.4	Manitoba
161.5	180.6	170.5	160.2	150.4	130.9	265.4	Saskatchewan
583.1	604.9	590.8	549.2	535.6	447.9	979.0	Alberta
858.5	864.0	853.9	795.9	779.0	653.4	1,380.4	Colombie-Britannique
7.0	6.7	6.0	5.3	5.1	4.6	8.2	Yukon
21.0	22.4	22.3	21.8	20.1	17.2	35.5	Territoires du Nord-Ouest
5,587.5	5,995.8	5,858.6	5,413.5	5,174.1	4,317.6	9,134.9	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

			Unadjusted Non désaisonnalisé		
	Price index Indice des prix	Current dollars Dollars courants	Year/year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1986 dollars Dollars constants 1986	Year/year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.5	14,446.3	4.9	12,296.7	3.7
February	118.2	14,017.7	3.6	11,862.5	1.9
March	118.7	16,792.0	2.3	14,149.0	-0.3
April	118.9	17,052.8	0.1	14,340.4	-2.6
May	119.5	18,825.2	4.7	15,757.5	1.4
June	119.3	19,315.5	4.2	16,191.0	1.4
July	119.0	17,873.4	1.5	15,021.0	-0.8
August	118.5	18,369.9	5.5	15,505.1	3.5
September	118.4	17,921.6	2.9	15,133.0	0.7
October	118.2	17,317.0	-0.2	14,655.6	-2.5
November	118.3	18,204.5	1.5	15,391.9	-0.1
December	117.6	21,386.4	-2.3	18,184.5	-3.6
Year	118.5	211,522.3	2.3	178,488.2	0.1
1996:					
January	119.2	14,878.1	3.0	12,481.0	1.5
February	119.7	14,940.8	6.6	12,479.6	5.2
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1994:
115.8	16,638.0	0.7	14,365.4	1.1	Janvier
115.7	16,957.8	1.9	14,657.7	2.0	Février
115.1	17,226.5	1.6	14,964.1	2.1	Mars
115.3	17,016.5	-1.2	14,758.7	-1.4	Avril
115.5	17,130.0	0.7	14,827.4	0.5	Mai
115.8	17,294.4	1.0	14,929.8	0.7	Juin
116.1	17,175.3	-1.9	14,792.9	-0.9	Juillet
116.5	17,244.0	0.4	14,804.9	0.1	Août
116.6	17,272.6	0.2	14,812.5	0.1	Septembre
116.4	17,600.1	1.9	15,117.7	2.1	Octobre
116.8	17,584.4	-0.1	15,056.7	-0.4	Novembre
117.0	17,721.1	0.8	15,151.8	0.6	Décembre
116.1	206,861.0	...	178,239.6	...	Année
					1995:
117.3	17,583.6	-0.8	14,985.7	-1.1	Janvier
117.6	17,539.7	-0.2	14,913.1	-0.5	Février
118.0	17,443.2	-0.6	14,786.7	-0.8	Mars
118.4	17,449.4	--	14,731.5	-0.4	Avril
119.1	17,600.9	0.9	14,780.8	0.3	Mai
119.0	17,717.7	0.7	14,888.4	0.7	Juin
118.9	17,677.7	-0.2	14,867.2	-0.1	Juillet
118.8	17,810.0	0.7	14,988.8	0.7	Août
119.1	17,783.6	-0.1	14,929.8	-0.4	Septembre
119.1	17,585.6	-1.1	14,770.4	-1.1	Octobre
118.8	17,631.8	0.3	14,835.6	0.4	Novembre
119.1	17,698.8	0.4	14,854.7	0.1	Décembre
118.6	211,522.0	...	178,332.7	...	Année
					1996:
119.0	17,802.6	0.6	14,964.6	0.7	Janvier
119.1	17,825.5	0.1	14,968.1	--	Février
					Mars
					Avril
					Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnali sation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

TABLE 10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	Sales Ventes					
	January 1995 Janvier	February 1995 Février	March 1995 Mars	April 1995 Avril	May 1995 Mai	June 1995 Juin
millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	4,182.3	4,199.6	4,148.3	4,191.4	4,178.6	4,153.6
2 All other food stores	350.3	345.4	351.0	353.6	350.4	343.5
3 Drugs and patent medicine stores	991.3	980.7	979.9	985.5	988.5	984.9
4 Shoe stores	141.5	142.2	150.2	136.9	147.8	152.4
5 Men's clothing stores	143.5	151.7	137.6	136.2	136.3	139.3
6 Women's clothing stores	352.5	348.5	345.0	332.1	349.1	365.4
7 Other clothing stores	431.1	446.9	435.7	441.0	437.5	436.1
8 Household furniture and appliance stores	758.4	748.8	736.2	729.0	712.3	699.0
9 Household furnishings stores	189.7	190.5	191.4	190.6	188.7	188.2
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,122.2	4,043.5	4,024.3	4,009.5	4,045.0	4,169.8
11 Gasoline service stations	1,150.2	1,183.8	1,180.2	1,197.3	1,235.3	1,230.1
12 Automotive parts, accessories and service	942.4	936.5	938.3	901.8	935.0	952.4
13 General merchandise stores	1,854.6	1,861.4	1,861.3	1,855.2	1,891.7	1,909.9
14 Other semi-durable goods stores	580.8	578.4	586.5	589.8	601.6	600.1
15 Other durable goods stores	475.9	472.8	479.9	469.2	462.7	461.4
16 Other retail stores	916.9	909.0	897.4	930.5	940.4	931.8
17 Total, all stores	17,583.6	17,539.7	17,443.2	17,449.4	17,600.9	17,717.7
Regions						
18 Newfoundland	283.1	289.0	289.9	298.0	291.8	290.2
19 Prince Edward Island	72.9	73.4	73.0	73.0	75.6	76.7
20 Nova Scotia	535.7	532.8	528.8	536.8	533.7	530.9
21 New Brunswick	406.6	411.0	409.9	411.9	417.8	425.2
22 Quebec	4,170.8	4,089.0	4,081.7	4,074.3	4,076.5	4,061.8
23 Ontario	6,563.5	6,595.7	6,522.5	6,419.4	6,561.8	6,615.3
24 Manitoba	589.8	597.3	600.9	605.5	618.7	621.9
25 Saskatchewan	535.9	536.5	523.7	536.9	545.3	554.4
26 Alberta	1,825.5	1,814.9	1,798.6	1,828.0	1,855.1	1,859.6
27 British Columbia	2,543.9	2,544.5	2,557.2	2,608.3	2,567.2	2,624.1
28 Yukon	18.8	19.1	19.3	19.4	19.8	19.7
29 Northwest Territories	37.0	36.6	37.7	37.9	37.7	37.9

**TABLEAU 10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

Sales Ventes						N°
July 1995 Juillet	August 1995 Août	September 1995 Septembre	October 1995 Octobre	November 1995 Novembre	December 1995 Décembre	
millions of dollars - millions de dollars						
						Groupe de commerce - Canada
4,168.0	4,150.3	4,155.8	4,116.0	4,091.6	4,120.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
338.5	338.4	346.2	342.1	342.9	351.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
988.3	987.6	1,002.6	1,006.5	1,017.0	1,031.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
144.4	143.3	140.1	133.2	143.4	132.5	Magasins de chaussures 4
138.4	136.3	134.1	131.6	129.7	130.7	Magasins de vêtements pour hommes 5
343.7	339.7	335.8	326.9	327.6	330.8	Magasins de vêtements pour dames 6
437.8	439.5	443.1	436.7	438.7	440.7	Autres magasins de vêtements 7
703.6	706.5	700.8	690.4	682.7	683.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
186.1	188.6	192.5	192.3	194.4	197.2	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,123.7	4,278.4	4,241.7	4,191.2	4,164.0	4,178.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,234.9	1,226.8	1,230.8	1,223.3	1,231.5	1,274.1	Stations-service 11
954.4	962.5	947.9	932.9	976.6	976.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,899.6	1,909.3	1,902.9	1,901.2	1,901.7	1,916.0	Magasins de marchandises diverses 13
605.1	606.0	616.2	580.6	576.3	572.6	Autres magasins de produits semi-durables 14
470.7	452.9	446.1	433.8	440.4	438.5	Autres magasins de produits durables 15
940.5	943.9	947.1	946.9	973.2	924.6	Autres magasins de vente au détail 16
17,677.7	17,810.0	17,783.6	17,585.6	17,631.8	17,698.8	Total, ensemble des magasins 17
						Régions
293.7	292.6	291.4	288.8	287.3	282.4	Terre-Neuve 18
75.8	77.6	77.5	77.5	78.9	78.7	Île-du-Prince-Édouard 19
523.9	529.9	527.6	516.0	520.1	534.5	Nouvelle-Écosse 20
428.1	432.5	435.5	430.0	434.7	439.3	Nouveau-Brunswick 21
4,117.3	4,146.6	4,174.5	4,186.7	4,220.3	4,198.2	Québec 22
6,574.6	6,628.6	6,616.4	6,401.6	6,439.5	6,486.0	Ontario 23
624.7	623.9	623.3	618.2	603.8	611.4	Manitoba 24
555.7	560.6	558.1	567.0	560.4	563.6	Saskatchewan 25
1,855.5	1,876.2	1,858.0	1,886.8	1,870.0	1,867.9	Alberta 26
2,571.4	2,582.4	2,563.4	2,554.6	2,560.4	2,578.0	Colombie-Britannique 27
19.6	21.1	20.4	20.9	20.3	20.7	Yukon 28
37.5	38.0	37.5	37.5	36.1	38.1	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent					
	January 1995 Janvier	February 1995 Février	March 1995 Mars	April 1995 Avril	May 1995 Mai	June 1995 Juin
	Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	-0.4	0.4	-1.2	1.0	-0.3	-0.6
2 All other food stores	2.6	-1.4	1.6	0.8	-0.9	-2.0
3 Drugs and patent medicine stores	0.5	-1.1	-0.1	0.6	0.3	-0.4
4 Shoe stores	-5.8	0.5	5.6	-8.9	8.0	3.1
5 Men's clothing stores	5.5	5.7	-9.3	-1.1	0.1	2.2
6 Women's clothing stores	-0.8	-1.1	-1.0	-3.7	5.1	4.7
7 Other clothing stores	0.2	3.7	-2.5	1.2	-0.8	-0.3
8 Household furniture and appliance stores	-1.4	-1.3	-1.7	-1.0	-2.3	-1.9
9 Household furnishings stores	0.1	0.4	0.5	-0.5	-1.0	-0.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	-0.2	-1.9	-0.5	-0.4	0.9	3.1
11 Gasoline service stations	-2.9	2.9	-0.3	1.4	3.2	-0.4
12 Automotive parts, accessories and service	-7.8	-0.6	0.2	-3.9	3.7	1.9
13 General merchandise stores	1.0	0.4	--	-0.3	2.0	1.0
14 Other semi-durable goods stores	-3.0	-0.4	1.4	0.6	2.0	-0.2
15 Other durable goods stores	1.7	-0.6	1.5	-2.2	-1.4	-0.3
16 Other retail stores	-0.7	-0.9	-1.3	3.7	1.1	-0.9
17 Total, all stores	-0.8	-0.2	-0.6	--	0.9	0.7
Regions						
18 Newfoundland	-1.4	2.1	0.3	2.8	-2.1	-0.6
19 Prince Edward Island	1.1	0.7	-0.5	-0.1	3.6	1.5
20 Nova Scotia	-1.9	-0.5	-0.8	1.5	-0.6	-0.5
21 New Brunswick	-3.1	1.1	-0.3	0.5	1.4	1.8
22 Quebec	-2.2	-2.0	-0.2	-0.2	0.1	-0.4
23 Ontario	--	0.5	-1.1	-1.6	2.2	0.8
24 Manitoba	-1.0	1.3	0.6	0.8	2.2	0.5
25 Saskatchewan	0.8	0.1	-2.4	2.5	1.6	1.7
26 Alberta	-1.3	-0.6	-0.9	1.6	1.5	0.2
27 British Columbia	0.5	--	0.5	2.0	-1.6	2.2
28 Yukon	3.1	2.0	0.8	0.6	1.8	--
29 Northwest Territories	-8.3	-1.1	2.9	0.7	-0.5	0.5

**TABLEAU 10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

Change from previous month						N°
Variation par rapport au mois précédent						
July 1995 Juillet	August 1995 Août	September 1995 Septembre	October 1995 Octobre	November 1995 Novembre	December 1995 Décembre	
Per cent - pourcentage						
						Groupe de commerce - Canada
0.3	-0.4	0.1	-1.0	-0.6	0.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
-1.4	--	2.3	-1.2	0.2	2.5	Tous les autres magasins d'alimentation 2
0.3	-0.1	1.5	0.4	1.0	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-5.2	-0.8	-2.2	-4.9	7.6	-7.6	Magasins de chaussures 4
-0.7	-1.5	-1.7	-1.9	-1.4	0.8	Magasins de vêtements pour hommes 5
-5.9	-1.2	-1.2	-2.6	0.2	1.0	Magasins de vêtements pour dames 6
0.4	0.4	0.8	-1.4	0.4	0.5	Autres magasins de vêtements 7
0.6	0.4	-0.8	-1.5	-1.1	0.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-1.1	1.3	2.1	-0.1	1.1	1.4	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-1.1	3.8	-0.9	-1.2	-0.6	0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
0.4	-0.7	0.3	-0.6	0.7	3.5	Stations-service 11
0.2	0.8	-1.5	-1.6	4.7	--	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
-0.5	0.5	-0.3	-0.1	--	0.8	Magasins de marchandises diverses 13
0.8	0.1	1.7	-5.8	-0.7	-0.6	Autres magasins de produits semi-durables 14
2.0	-3.8	-1.5	-2.8	1.5	-0.4	Autres magasins de produits durables 15
0.9	0.4	0.3	--	2.8	-5.0	Autres magasins de vente au détail 16
-0.2	0.7	-0.1	-1.1	0.3	0.4	Total, ensemble des magasins 17
						Régions
1.2	-0.3	-0.4	-0.9	-0.5	-1.7	Terre-Neuve 18
-1.1	2.4	-0.2	--	1.8	-0.3	Île-du-Prince-Édouard 19
-1.3	1.1	-0.4	-2.2	0.8	2.8	Nouvelle-Écosse 20
0.7	1.0	0.7	-1.2	1.1	1.0	Nouveau-Brunswick 21
1.4	0.7	0.7	0.3	0.8	-0.5	Québec 22
-0.6	0.8	-0.2	-3.2	0.6	0.7	Ontario 23
0.4	-0.1	-0.1	-0.8	-2.3	1.3	Manitoba 24
0.2	0.9	-0.4	1.6	-1.2	0.6	Saskatchewan 25
-0.2	1.1	-1.0	1.6	-0.9	-0.1	Alberta 26
-2.0	0.4	-0.7	-0.3	0.2	0.7	Colombie-Britannique 27
-0.8	7.6	-3.0	2.2	-2.9	2.0	Yukon 28
-1.2	1.2	-1.1	-0.1	-3.8	5.7	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
	January 1995 Janvier	February 1995 Février	March 1995 Mars	April 1995 Avril	May 1995 Mai	June 1995 Juin
	Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	1.8	2.2	-0.4	2.3	0.5	-0.1
2 All other food stores	28.3	21.5	21.1	27.3	21.0	9.7
3 Drugs and patent medicine stores	-1.3	-2.3	-3.0	-1.7	-1.2	-2.0
4 Shoe stores	-4.5	-6.0	6.0	-5.9	1.5	7.2
5 Men's clothing stores	-3.5	2.4	-12.6	-11.9	-0.8	-1.1
6 Women's clothing stores	14.0	7.0	2.8	1.6	8.2	8.5
7 Other clothing stores	24.6	26.4	17.3	18.8	13.5	8.9
8 Household furniture and appliance stores	10.6	9.2	4.8	2.9	-1.7	-4.8
9 Household furnishings stores	2.0	0.4	0.5	3.8	-1.0	-1.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11.6	5.5	2.9	3.0	2.9	5.3
11 Gasoline service stations	-2.8	-0.5	-0.2	2.6	5.1	4.0
12 Automotive parts, accessories and service	-4.5	-3.3	-4.6	-9.6	-3.9	-3.3
13 General merchandise stores	9.0	3.2	0.7	4.9	7.2	7.0
14 Other semi-durable goods stores	--	-1.4	-0.6	-1.1	1.3	0.6
15 Other durable goods stores	6.0	2.1	2.8	0.2	-1.3	-2.0
16 Other retail stores	9.9	5.1	2.0	8.5	8.5	4.1
17 Total, all stores	5.7	3.4	1.3	2.5	2.7	2.4
Regions						
18 Newfoundland	0.5	3.2	2.1	5.7	3.0	1.1
19 Prince Edward Island	-1.2	2.1	-1.7	0.9	5.4	7.9
20 Nova Scotia	-0.6	-0.4	-4.7	1.1	1.9	-0.6
21 New Brunswick	-1.9	-4.4	-1.3	0.7	1.0	3.2
22 Quebec	1.6	-2.9	-3.2	-1.5	-3.8	-4.9
23 Ontario	8.7	6.7	3.4	2.7	4.8	4.6
24 Manitoba	4.1	2.0	1.6	5.1	11.3	7.4
25 Saskatchewan	7.9	6.6	1.1	1.1	5.8	6.8
26 Alberta	3.5	1.4	-4.1	-0.4	2.0	1.3
27 British Columbia	10.5	9.9	9.6	11.6	7.3	9.1
28 Yukon	7.2	8.0	9.2	9.2	12.1	13.4
29 Northwest Territories	-3.5	-3.8	-2.2	-1.2	-2.9	-2.2

**TABLEAU 10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

Change from previous year						N°	
Variation par rapport à l'année précédente							
July 1995 Juillet	August 1995 Août	September 1995 Septembre	October 1995 Octobre	November 1995 Novembre	December 1995 Décembre		
Per cent - pourcentage							
						Groupe de commerce - Canada	
-0.5	-0.3	1.1	-0.7	-2.0	-1.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1	
3.6	2.4	4.8	0.9	5.1	3.0	Tous les autres magasins d'alimentation 2	
-1.7	-2.3	-0.7	0.3	2.4	4.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3	
-2.0	-9.2	-2.0	-9.5	-4.4	-11.8	Magasins de chaussures 4	
-0.1	-1.4	0.9	-2.4	-3.4	-3.9	Magasins de vêtements pour hommes 5	
2.0	-0.1	-1.6	-7.1	-6.8	-6.9	Magasins de vêtements pour dames 6	
8.0	3.9	7.1	5.7	2.8	2.4	Autres magasins de vêtements 7	
-2.5	-2.5	-3.4	-8.2	-7.5	-11.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8	
-4.0	-2.7	-0.4	-0.3	0.5	4.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9	
9.1	13.8	6.4	1.4	2.1	1.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10	
4.1	2.9	3.9	3.4	3.3	7.6	Stations-service 11	
-3.6	-2.7	-3.2	-5.9	-2.3	-4.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12	
6.7	3.6	8.5	4.7	4.1	4.3	Magasins de marchandises diverses 13	
0.5	-0.1	3.8	-5.2	-6.2	-4.3	Autres magasins de produits semi-durables 14	
-0.1	-5.1	-4.4	-7.2	-7.7	-6.3	Autres magasins de produits durables 15	
4.3	5.5	4.3	3.5	6.9	0.1	Autres magasins de vente au détail 16	
2.9	3.3	3.0	-0.1	0.3	-0.1	Total, ensemble des magasins 17	
						Régions	
4.2	3.6	2.3	0.2	0.4	-1.7	Terre-Neuve 18	
6.8	9.6	8.4	3.0	9.6	9.2	Île-du-Prince-Édouard 19	
-2.3	-1.0	-1.9	-5.7	-4.2	-2.1	Nouvelle-Écosse 20	
6.2	8.4	10.5	4.8	5.9	4.7	Nouveau-Brunswick 21	
-1.4	-1.6	0.2	0.3	0.6	-1.5	Québec 22	
4.2	4.9	3.6	-2.2	-1.8	-1.2	Ontario 23	
9.7	8.0	8.8	4.6	2.6	2.7	Manitoba 24	
6.5	7.4	5.4	4.4	4.7	6.0	Saskatchewan 25	
1.7	3.1	4.4	2.7	2.4	1.0	Alberta 26	
6.0	5.4	2.7	0.9	1.9	1.8	Colombie-Britannique 27	
11.0	21.3	16.8	19.5	14.7	13.8	Yukon 28	
-3.1	-1.7	-3.9	-6.2	-9.1	-5.6	Territoires du Nord-Ouest 29	

TABLE 11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	Sales Ventes					
	January 1995 Janvier	February 1995 Février	March 1995 Mars	April 1995 Avril	May 1995 Mai	June 1995 Juin
millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	3,851.1	3,734.0	4,158.9	4,134.9	4,247.5	4,394.4
2 All other food stores	292.5	291.8	337.1	367.6	364.1	373.1
3 Drugs and patent medicine stores	943.7	885.0	977.9	938.2	980.9	986.2
4 Shoe stores	102.9	82.5	122.3	140.6	161.6	162.6
5 Men's clothing stores	108.5	89.6	104.9	125.1	135.7	152.4
6 Women's clothing stores	245.4	223.5	289.9	317.3	368.5	382.7
7 Other clothing stores	305.9	282.9	369.5	397.5	401.1	426.1
8 Household furniture and appliance stores	630.7	575.9	677.6	670.0	652.8	696.3
9 Household furnishings stores	146.1	145.4	177.2	173.8	192.7	200.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,198.3	3,259.6	4,349.0	4,308.5	5,095.9	5,156.6
11 Gasoline service stations	1,074.4	1,035.6	1,130.4	1,098.3	1,259.9	1,314.9
12 Automotive parts, accessories and service	776.6	710.7	864.4	876.3	1,054.2	1,077.4
13 General merchandise stores	1,321.0	1,292.2	1,608.7	1,697.6	1,821.6	1,865.6
14 Other semi-durable goods stores	411.8	405.5	459.2	531.9	687.6	649.5
15 Other durable goods stores	365.1	335.2	386.8	421.6	456.2	473.8
16 Other retail stores	672.4	668.4	778.1	853.8	945.0	1,003.2
17 Total, all stores	14,446.3	14,017.7	16,792.0	17,052.8	18,825.2	19,315.5
Regions						
18 Newfoundland	220.3	223.1	275.5	286.6	302.6	314.0
19 Prince Edward Island	56.8	54.8	63.7	66.3	78.8	87.0
20 Nova Scotia	436.2	417.0	502.0	524.8	561.1	587.4
21 New Brunswick	323.5	321.9	383.3	394.8	440.4	463.2
22 Quebec	3,382.1	3,196.3	3,965.7	4,163.2	4,565.0	4,501.2
23 Ontario	5,399.7	5,286.7	6,228.6	6,167.4	6,982.5	7,257.3
24 Manitoba	488.0	483.1	573.9	591.9	647.2	669.8
25 Saskatchewan	452.4	433.0	501.8	519.5	566.9	596.0
26 Alberta	1,505.6	1,447.3	1,735.8	1,789.8	1,954.0	2,015.7
27 British Columbia	2,137.6	2,109.9	2,507.8	2,493.7	2,666.6	2,759.1
28 Yukon	14.1	14.5	17.4	17.8	21.2	23.3
29 Northwest Territories	30.1	30.1	36.5	37.1	39.0	41.5

TABLEAU 11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

Sales Ventes							N°
July 1995 Juillet	August 1995 Août	September 1995 Septembre	October 1995 Octobre	November 1995 Novembre	December 1995 Décembre	Year 1995 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Groupe de commerce - Canada
4,308.7	4,269.2	4,304.5	3,931.6	4,008.3	4,512.6	49,855.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
359.6	352.4	346.1	324.0	318.4	427.0	4,153.6	Tous les autres magasins d'alimentation 2
936.9	983.0	993.6	1,015.3	1,026.6	1,276.4	11,943.8	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
132.9	150.2	160.1	141.3	171.3	179.8	1,707.9	Magasins de chaussures 4
118.5	114.0	128.8	129.4	159.2	279.2	1,645.4	Magasins de vêtements pour hommes 5
326.9	335.0	368.6	325.1	353.0	561.4	4,097.2	Magasins de vêtements pour dames 6
386.3	472.4	499.1	448.5	511.8	763.7	5,264.7	Autres magasins de vêtements 7
695.2	726.8	739.7	723.9	758.5	1,003.6	8,551.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
190.6	198.8	201.0	200.5	218.2	245.3	2,290.2	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,249.6	4,431.5	4,158.9	4,117.4	3,916.8	3,349.5	49,591.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,356.1	1,345.9	1,241.6	1,248.1	1,232.1	1,261.1	14,598.4	Stations-service 11
987.3	981.8	921.3	951.5	1,102.3	1,053.8	11,357.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,713.3	1,881.9	1,837.5	1,939.6	2,389.5	3,296.4	22,664.8	Magasins de marchandises diverses 13
615.0	644.9	622.6	550.3	614.7	901.0	7,094.0	Autres magasins de produits semi-durables 14
472.1	474.3	428.5	380.6	458.8	851.2	5,504.1	Autres magasins de produits durables 15
1,024.5	1,007.7	969.9	889.9	964.8	1,424.4	11,202.2	Autres magasins de vente au détail 16
17,873.4	18,369.9	17,921.6	17,317.0	18,204.5	21,386.4	211,522.3	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
304.7	311.6	294.5	283.9	307.2	354.2	3,478.3	Terre-Neuve 18
85.9	88.4	78.8	74.7	80.9	94.1	910.5	Île-du-Prince-Édouard 19
536.6	550.5	527.8	503.0	543.5	660.5	6,350.5	Nouvelle-Écosse 20
444.0	453.4	440.6	424.9	461.6	531.2	5,082.6	Nouveau-Brunswick 21
4,173.1	4,305.1	4,196.2	4,086.6	4,303.5	4,759.9	49,597.9	Québec 22
6,542.1	6,740.8	6,674.9	6,316.2	6,792.3	8,036.4	78,424.9	Ontario 23
622.5	634.1	621.0	614.0	626.8	767.2	7,339.5	Manitoba 24
559.4	574.7	551.3	573.4	584.2	685.6	6,598.0	Saskatchewan 25
1,881.4	1,941.6	1,856.8	1,863.3	1,908.3	2,296.7	22,196.0	Alberta 26
2,660.4	2,706.1	2,621.9	2,520.2	2,539.6	3,132.5	30,855.4	Colombie-Britannique 27
23.6	24.5	20.8	20.1	19.5	22.4	239.2	Yukon 28
39.8	39.1	37.2	36.7	37.1	45.5	449.6	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent					
	January 1995 Janvier	February 1995 Février	March 1995 Mars	April 1995 Avril	May 1995 Mai	June 1995 Juin
Per cent - pourcentage						
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	-18.4	-3.0	11.4	-0.6	2.7	3.5
2 All other food stores	-28.8	-0.2	15.5	9.0	-1.0	2.5
3 Drugs and patent medicine stores	-24.4	-6.2	10.5	-4.1	4.6	0.5
4 Shoe stores	-51.0	-19.9	48.4	14.9	15.0	0.6
5 Men's clothing stores	-63.6	-17.4	17.2	19.2	8.4	12.4
6 Women's clothing stores	-59.1	-8.9	29.7	9.5	16.1	3.9
7 Other clothing stores	-58.8	-7.5	30.6	7.6	0.9	6.2
8 Household furniture and appliance stores	-44.9	-8.7	17.7	-1.1	-2.6	6.7
9 Household furnishings stores	-38.4	-0.5	21.8	-1.9	10.8	4.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	-6.3	1.9	33.4	-0.9	18.3	1.2
11 Gasoline service stations	-9.1	-3.6	9.2	-2.8	14.7	4.4
12 Automotive parts, accessories and service	-31.6	-8.5	21.6	1.4	20.3	2.2
13 General merchandise stores	-58.9	-2.2	24.5	5.5	7.3	2.4
14 Other semi-durable goods stores	-57.1	-1.5	13.3	15.8	29.3	-5.5
15 Other durable goods stores	-60.5	-8.2	15.4	9.0	8.2	3.9
16 Other retail stores	-53.5	-0.6	16.4	9.7	10.7	6.2
17 Total, all stores	-34.0	-3.0	19.8	1.6	10.4	2.6
Regions						
18 Newfoundland	-40.4	1.3	23.5	4.0	5.6	3.8
19 Prince Edward Island	-36.4	-3.5	16.1	4.2	18.8	10.4
20 Nova Scotia	-37.0	-4.4	20.4	4.5	6.9	4.7
21 New Brunswick	-37.5	-0.5	19.1	3.0	11.6	5.2
22 Quebec	-31.8	-5.5	24.1	5.0	9.6	-1.4
23 Ontario	-35.3	-2.1	17.8	-1.0	13.2	3.9
24 Manitoba	-35.9	-1.0	18.8	3.1	9.3	3.5
25 Saskatchewan	-31.6	-4.3	15.9	3.5	9.1	5.1
26 Alberta	-34.9	-3.9	19.9	3.1	9.2	3.2
27 British Columbia	-31.2	-1.3	18.9	-0.6	6.9	3.5
28 Yukon	-30.7	2.9	20.1	1.8	19.4	9.7
29 Northwest Territories	-38.0	0.2	21.1	1.7	5.2	6.3

TABLEAU 11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent						N°
July 1995 Juillet	August 1995 Août	September 1995 Septembre	October 1995 Octobre	November 1995 Novembre	December 1995 Décembre	
Per cent - pourcentage						
						Groupe de commerce - Canada
-2.0	-0.9	0.8	-8.7	2.0	12.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie
-3.6	-2.0	-1.8	-6.4	-1.7	34.1	Tous les autres magasins d'alimentation
-5.0	4.9	1.1	2.2	1.1	24.3	Pharmacies et magasins de médicament brevetés
-18.3	13.0	6.6	-11.8	21.2	5.0	Magasins de chaussures
-22.2	-3.8	13.0	0.5	23.1	75.4	Magasins de vêtements pour hommes
-14.6	2.5	10.0	-11.8	8.6	59.0	Magasins de vêtements pour dames
-9.3	22.3	5.7	-10.1	14.1	49.2	Autres magasins de vêtements
-0.2	4.5	1.8	-2.1	4.8	32.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-5.0	4.3	1.1	-0.3	8.8	12.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
-17.6	4.3	-6.2	-1.0	-4.9	-14.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.1	-0.8	-7.8	0.5	-1.3	2.4	Stations-service
-8.4	-0.5	-6.2	3.3	15.9	-4.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-8.2	9.8	-2.4	5.6	23.2	38.0	Magasins de marchandises diverses
-5.3	4.9	-3.5	-11.6	11.7	46.6	Autres magasins de produits semi-durables
-0.4	0.5	-9.7	-11.2	20.5	85.5	Autres magasins de produits durables
2.1	-1.6	-3.7	-8.3	8.4	47.6	Autres magasins de vente au détail
-7.5	2.8	-2.4	-3.4	5.1	17.5	Total, ensemble des magasins
Régions						
-3.0	2.3	-5.5	-3.6	8.2	15.3	Terre-Neuve
-1.3	3.0	-10.9	-5.2	8.3	16.3	Île-du-Prince-Édouard
-8.6	2.6	-4.1	-4.7	8.1	21.5	Nouvelle-Écosse
-4.1	2.1	-2.8	-3.6	8.7	15.1	Nouveau-Brunswick
-7.3	3.2	-2.5	-2.6	5.3	10.6	Québec
-9.9	3.0	-1.0	-5.4	7.5	18.3	Ontario
-7.1	1.9	-2.1	-1.1	2.1	22.4	Manitoba
-6.1	2.7	-4.1	4.0	1.9	17.4	Saskatchewan
-6.7	3.2	-4.4	0.3	2.4	20.4	Alberta
-3.6	1.7	-3.1	-3.9	0.8	23.3	Colombie-Britannique
1.6	3.5	-15.0	-3.2	-3.4	15.3	Yukon
-4.1	-1.6	-5.1	-1.3	1.1	22.8	Territoires du Nord-Ouest

TABLE 11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
	January 1995 Janvier	February 1995 Février	March 1995 Mars	April 1995 Avril	May 1995 Mai	June 1995 Juin
Per cent - pourcentage						
Trade Group - Canada						
1 Supermarkets and grocery stores	-1.3	2.4	1.9	-0.5	2.0	2.5
2 All other food stores	26.5	21.8	21.0	31.4	21.3	10.5
3 Drugs and patent medicine stores	-1.2	-2.2	-2.1	-3.7	0.2	-1.3
4 Shoe stores	-7.7	-5.6	6.6	-7.0	2.9	9.8
5 Men's clothing stores	-5.1	4.1	-10.4	-13.0	-0.4	2.4
6 Women's clothing stores	12.2	7.8	3.4	0.1	10.8	12.4
7 Other clothing stores	23.2	27.3	19.1	19.1	14.4	12.9
8 Household furniture and appliance stores	11.1	9.9	5.0	2.2	-0.5	-1.7
9 Household furnishings stores	3.0	0.4	2.7	-0.2	2.5	-0.2
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	15.5	6.1	3.6	-1.7	6.3	6.5
11 Gasoline service stations	-2.5	-0.6	0.5	1.4	5.3	4.9
12 Automotive parts, accessories and service	-3.2	-3.0	-4.0	-12.6	-1.8	-2.4
13 General merchandise stores	8.0	3.9	1.7	3.9	8.4	8.1
14 Other semi-durable goods stores	-0.8	-2.1	-2.8	-0.7	3.7	1.2
15 Other durable goods stores	6.5	2.6	4.5	1.5	0.1	-1.3
16 Other retail stores	8.5	5.5	2.1	7.7	9.5	7.4
17 Total, all stores	4.9	3.6	2.3	0.1	4.7	4.2
Regions						
18 Newfoundland	-0.7	3.6	3.8	2.8	4.8	4.2
19 Prince Edward Island	-2.0	2.1	-1.2	-2.6	5.9	10.4
20 Nova Scotia	-1.4	-0.3	-3.0	-1.5	3.0	2.1
21 New Brunswick	-3.1	-4.6	-1.4	-1.8	2.7	4.1
22 Quebec	1.2	-2.9	-2.1	-4.4	-2.0	-3.1
23 Ontario	7.8	6.9	4.6	0.4	7.4	6.3
24 Manitoba	2.7	2.0	2.2	3.6	11.9	9.5
25 Saskatchewan	6.4	6.8	1.7	-1.1	7.5	8.5
26 Alberta	2.7	1.4	-3.1	-2.6	3.3	3.7
27 British Columbia	9.7	10.2	10.6	10.0	9.5	10.8
28 Yukon	3.6	8.2	11.9	5.0	16.7	13.8
29 Northwest Territories	-7.1	-3.6	-1.5	-1.1	-0.3	-2.9

TABLEAU 11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente							N°
July 1995 Juillet	August 1995 Août	September 1995 Septembre	October 1995 Octobre	November 1995 Novembre	December 1995 Décembre	Year 1995 Année	
Per cent - pourcentage							
							Groupe de commerce - Canada
-3.2	3.8	2.6	-3.4	0.6	-4.4	0.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
0.5	5.5	6.1	-0.7	6.2	3.9	11.6	Tous les autres magasins d'alimentation 2
-2.8	-1.6	-1.5	0.2	3.6	2.2	-0.8	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
-1.5	-6.1	0.2	-11.8	-2.1	-14.4	-3.5	Magasins de chaussures 4
0.3	1.1	1.8	-5.9	-1.8	-6.4	-3.3	Magasins de vêtements pour hommes 5
1.4	3.9	1.5	-8.0	-6.1	-6.6	1.6	Magasins de vêtements pour dames 6
8.2	8.9	10.1	5.9	5.1	2.8	11.1	Autres magasins de vêtements 7
-2.1	1.1	-3.1	-6.1	-5.9	-12.4	-1.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-5.3	-4.9	0.2	0.6	0.3	3.5	0.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
7.8	13.6	4.2	4.6	1.8	-1.8	5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.4	3.4	2.5	3.2	4.0	6.7	2.8	Stations-service 11
-3.9	-1.9	-4.3	-5.1	-1.8	-7.1	-4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
5.8	5.9	8.0	3.4	5.9	2.6	5.3	Magasins de marchandises diverses 13
0.7	2.3	4.9	-5.6	-5.5	-6.2	-1.1	Autres magasins de produits semi-durables 14
0.7	-1.5	-5.4	-7.8	-5.0	-7.9	-2.0	Autres magasins de produits durables 15
1.6	9.7	6.3	1.2	9.5	-1.5	5.2	Autres magasins de vente au détail 16
1.5	5.5	2.9	-0.2	1.5	-2.3	2.3	Total, ensemble des magasins 17
Régions							
2.0	6.0	2.5	0.4	0.8	-4.1	2.0	Terre-Neuve 18
4.9	11.3	6.8	2.8	11.0	5.4	4.9	Île-du-Prince-Édouard 19
-3.7	0.7	-2.7	-6.2	-2.4	-4.7	-1.8	Nouvelle-Écosse 20
4.0	10.1	11.1	4.1	6.0	2.7	3.1	Nouveau-Brunswick 21
-3.2	1.0	--	-0.2	2.6	-4.0	-1.5	Québec 22
3.0	7.7	3.4	-2.2	-0.1	-3.7	3.1	Ontario 23
7.7	10.5	9.0	4.4	3.4	0.8	5.6	Manitoba 24
5.6	9.3	5.8	4.4	5.8	3.6	5.3	Saskatchewan 25
0.3	4.3	4.1	2.9	2.9	-0.7	1.6	Alberta 26
5.0	6.6	3.3	0.9	1.9	0.9	6.3	Colombie-Britannique 27
12.1	19.8	17.4	16.2	17.2	10.0	13.0	Yukon 28
-4.1	0.1	-1.9	-8.7	-8.0	-6.1	-3.8	Territoires du Nord-Ouest 29

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do not include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les **ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II

METHODOLOGY

Components of the Universe

The new business register or **Central Frame Data Base** (CFDB) contains the survey universe for the Monthly Retail Trade Survey. The CFDB was developed as a common central frame for all business surveys, in order to provide standardized concepts, and generalized methodology and systems. The overall quality of business and economic data is improved because of greater consistency, more accurate administrative data and greater co-ordination of systems and procedures. Ultimately, all of Statistics Canada's business surveys will be redeveloped to operate within this new environment.

The target population for the Retail Trade Survey consists of all statistical locations on the CFDB that are identified in the retail trade sector. These units comprise the sampling frame for the Retail Trade Survey.

The CFDB sampling frame is allocated into two components: the integrated portion (IP) and the non-integrated portion (NIP). The integrated portion encompasses all large and complex businesses and represents the largest component of the frame in terms of sales. The IP businesses may be represented by several levels in their statistical entities which enables collection of the full range of economic data for large organizations. Information on these businesses is received from administrative tax files and the employer payroll deduction file from Revenue Canada.

The non-integrated portion represents smaller single entity businesses whose sales values lie below a calculated IP boundary. The Monthly Retail Trade Survey obtains its statistical entities from the employer payroll deduction file at Revenue Canada. This allows for the most up-to-date information to be passed onto the NIP units on the frame.

The New Sample

The businesses in the target population are classified by industry using the four digit Standard Industrial Classification Code, based on the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold. The target population is also stratified by geographic region. Each industry - geographical combination is divided into

APPENDICE II

MÉTHODOLOGIE

Composantes de l'univers

Le nouveau registre des entreprises ou **Base de données du registre central** (BDRC) représente l'univers de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail. La BDRC a été conçue afin de servir de base de sondage centrale pour toutes les enquêtes-entreprises, ce qui permet de normaliser les concepts et de généraliser les méthodes et les systèmes. La qualité d'ensemble des données commerciales et économiques est ainsi améliorée: on obtient une plus grande cohérence, des données administratives plus exactes et une meilleure coordination des systèmes et des procédures. Un jour, toutes les enquêtes-entreprises de Statistique Canada seront remaniées et s'intégreront à ce nouveau cadre.

La population cible de l'Enquête sur le commerce de détail est formée de tous les emplacements statistiques dans la BDRC qui appartiennent au secteur du commerce de détail. Ces unités constituent la base de sondage de l'Enquête sur le commerce de détail.

La base de sondage de la BDRC est divisée en deux composantes: la partie intégrée (PI) et la partie non intégrée (PNI). La première englobe toutes les entreprises importantes qui ont une structure complexe et constitue la composante la plus importante de la base en ce qui a trait aux ventes. Les entreprises de la PI peuvent être représentées à plusieurs niveaux à l'intérieur du cadre hiérarchique de l'entité statistique, ce qui permet la collecte de la gamme complète des données économiques dans le cas des grandes sociétés. Les renseignements sur ces entreprises sont tirés des fichiers administratifs des déclarations d'impôt sur le revenu et des fichiers des comptes de retenues sur la paye de Revenu Canada.

La partie non intégrée est constituée des entreprises à entité simple de plus petite taille dont la valeur des ventes est sous la limite calculée de la PI. L'Enquête mensuelle sur le commerce de détail tire ses entités statistiques du fichier des comptes de retenues sur la paye de Revenu Canada, ce qui permet d'intégrer aux unités de la PNI de la base les renseignements les plus récents.

Nouvel échantillon

Les entreprises de la population cible sont classées en fonction des codes à quatre chiffres de la Classification type des industries, à partir de la proportion des ventes que représente chaque genre d'entreprise ou encore chaque genre de marchandises vendues. La population cible est aussi stratifiée par région géographique. Chaque combinaison

three sub-strata: take-all, large take-some and small take-some. The take-all businesses are self-representing as they are included in the sample with certainty. The take-all sub-stratum is comprised of designated companies such as department stores, companies operating in several strata, and companies operating in one strata with revenue greater than a calculated threshold. The large take-some and small take-some units are classified by their revenue.

In order to determine the industry by geographical strata sample sizes, the variance and total sales in each sub-stratum are calculated and applied to an allocation method. This allocation method calculates the number of units to be sampled in the take-some strata under the following two constraints: the coefficient of variation required for the stratum and inevitably the total number of sampling units in the survey.

The initial sample was selected in late 1988 and has been refreshed each month by including a sample of population births. In order to update the sample, not only to add births but also to reduce the burden of individual respondents in the take-some strata, the set of units in the sampling frame are randomly distributed across a calculated number of panels within each sub-stratum. Panels are created so that the selected firms in the take-some strata may rotate out of the sample for a specified time period in order to reduce the response burden. The number of panels in each sub-stratum is calculated in accordance with the sampling rate, the maximum number of occasions that a unit may remain in the sample, and the minimum number of occasions it must stay out of the sample. Once the original in-sample panels are selected, sample rotation may be performed by periodically dropping a panel from the current sample and adding a new panel.

Data Collection

Data collection, data capture, preliminary edit and follow-up of non-respondents are all performed in the seven Statistics Canada regional offices. Sampled companies are contacted either by mail or telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are performed simultaneously to ensure the validity of the data. Collection entities, from which no response has been received or whose data may contain errors, are followed up immediately. Data and frame updates are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during each cycle.

branche d'activité - région géographique est divisée en trois sous-strates: une à tirage complet, une "grande à tirage partiel" et une "petite à tirage partiel". Les entreprises de la sous-strate à tirage complet sont auto-représentatives puisqu'elles sont forcément intégrées à l'échantillon. La sous-strate à tirage complet englobe les sociétés désignées, comme les grands magasins, les sociétés en activité dans plusieurs strates et celles en activité dans une strate et ayant des ventes supérieures au seuil calculé. Les unités de la sous-strate "grande à tirage partiel" et de celle "petite à tirage partiel" sont classées selon leurs recettes.

Afin de déterminer la taille des échantillons pour les branches d'activité selon la strate géographique, on calcule la variance et le total des ventes dans chaque sous-strate et on utilise les résultats pour la répartition. Celle-ci se fait suivant une méthode qui permet de calculer le nombre d'unités à prélever dans la strate à tirage partiel à partir des deux critères suivants: le coefficient de variation requis pour la strate et, bien sûr, le nombre total d'unités d'échantillonnage de l'enquête.

L'échantillon initial a été prélevé à la fin de 1988 et a été rafraîchi chaque mois par l'introduction d'un échantillon de nouvelles unités de la population. Les unités de la base de sondage sont réparties aléatoirement entre un nombre établi de panneaux à l'intérieur de chaque sous-strate, ce qui permet non seulement de mettre à jour l'échantillon par l'ajout de nouvelles unités mais aussi de réduire le fardeau de la réponse des unités des strates à tirage partiel. La présence de panneaux permet de supprimer pour un temps, par renouvellement, les entreprises sélectionnées dans les strates à tirage partiel et ainsi de réduire le fardeau de la réponse. Le nombre de panneaux de chaque sous-strate est calculé en fonction du taux d'échantillonnage, du nombre maximal de cycles pendant lesquels une unité peut rester à l'intérieur de l'échantillon et du nombre minimal de cycles pendant lesquels elle doit rester à l'extérieur de l'échantillon. Une fois les panneaux retenus dans l'échantillon initial choisis, le renouvellement de l'échantillon peut être effectué périodiquement par la suppression d'un panneau de l'échantillon courant et par l'ajout d'un nouveau panneau.

Collecte des données

La collecte des données, la saisie des données, la vérification préliminaire et le suivi des non-répondants sont accomplis par les sept bureaux régionaux de Statistique Canada. On communique avec les entreprises échantillonées par la poste ou par téléphone, selon ce qu'elles préfèrent. La saisie des données et la vérification préliminaire sont effectuées en même temps afin de garantir la validité des données. On fait immédiatement le suivi pour les entités de collecte qui n'ont pas répondu ou pour celles dont les données contiennent des erreurs. Les mises à jour aux données et à

These revised procedures have resulted in much improved response rates (approximately 90% response is achieved for preliminary estimates).

Statistical Edit and Imputation

Data is analyzed within each trade group and geographic region. Extreme values are listed for manual inspections in an order of priority determined by the magnitude of the deviation from average behaviour. Records which fail the statistical edit are considered as outliers and are not used in calculating imputation variables (such as monthly trends) used by the imputation system.

For records which do not respond on time or whose reported sales fail preliminary edits, an estimate is imputed. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of the required data. Methods within the system include using a monthly or yearly trend, the cell mean, annual data divided by twelve, or historical values. If there is insufficient data for an imputation cell (trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells.

There is an identifiable lag between the time a business opens and its appearance on our survey frame. To compensate for the effect this time lag has on monthly estimates, sales for sample births are imputed back to the later of the actual date of birth or the beginning of the previous year. Backward imputation for births is accomplished using inverse monthly trends and produces an improved level estimate for revised data.

Estimation

Total retail sales are estimated by increasing the in-sample sales results by an estimation weight. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. The weights are subsequently adjusted for achieved sample size, in order to inflate the estimate to represent the entire current population. The calculated weighted sales values are summed by their domain, to produce the total sales estimates by stratum. A domain is defined as the most recent classification values available from the CFDB for the statistical entity and the survey reference period. These domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size,

la base sont transmises à Ottawa et elles sont entrées dans la base de données de l'enquête à plusieurs reprises au cours de chaque cycle. Ces procédures révisées ont eu pour conséquence de meilleurs taux de réponse (on obtient environ 90% de réponses pour les estimations provisoires).

Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées à l'intérieur de chaque groupe de commerce et région géographique. Les valeurs extrêmes sont inscrites sur une liste, pour qu'on puisse en faire un contrôle manuel, suivant un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui sont rejetés à la vérification statistique sont considérés comme des valeurs aberrantes et ne servent pas au calcul des variables d'imputation (comme les tendances mensuelles) utilisées par le système d'imputation.

On imprime une estimation aux enregistrements des entreprises n'ayant pas répondu à temps ou dont les ventes déclarées ont été rejetées à la vérification préliminaire. Diverses méthodes d'imputation sont utilisées, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Le système peut notamment utiliser les tendances mensuelles ou annuelles, la moyenne de la cellule, les données annuelles divisées par douze ou les valeurs historiques. S'il manque des données pour la cellule d'imputation (groupe de commerce par région géographique), celle-ci est automatiquement combinée avec des cellules semblables.

Il y a un décalage perceptible entre le moment où l'entreprise ouvre ses portes et celui où elle figure dans la base de l'enquête. Afin de compenser l'effet de ce retard sur les estimations mensuelles, on imprime à rebours, jusqu'à la date de création de la nouvelle unité ou jusqu'au début de l'année précédente (selon la plus lointaine des deux dates), les ventes des nouvelles unités de l'échantillon. L'imputation à rebours des nouvelles unités repose sur les tendances mensuelles inverses et produit une estimation de meilleur niveau pour les données révisées.

Estimation

On estime le total des ventes au détail en affectant d'un coefficient d'estimation les chiffres des ventes des unités échantillonées. Un poids égal à l'inverse de la probabilité de sélection est attribué au départ à chaque entité. Les poids sont ensuite ajustés en fonction de la taille de l'échantillon obtenu, ce qui permet de gonfler l'estimation pour qu'elle représente l'ensemble de la population courante. Les chiffres des ventes pondérés ainsi calculés sont additionnés par domaine ce qui donne les ventes totales estimatives par strate. Par domaine, on entend les valeurs de classification les plus récentes disponibles dans la BDRC pour l'entité statistique et la période de référence de

industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

Period-to-period comparisons can reflect factors other than a general sales trend, such as adjustments to the sample and reclassification of sampled firms to different trade groups. They should therefore be used with caution.

Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented in the non-integrated portion of the CFDB. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of these businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses which were derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner operated retail businesses in Canada.

Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The first measure is referred to as "retail trade in current dollars" and the latter as "retail trade in constant dollars". In theory, the method of calculation for the first of these two measures is by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. The method of calculating the second measure is to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed in the same selected base period (e.g. year 1986).

Presently, there are no estimates of the current values of retail trade by commodity. They are calculated mainly by adjusting the results of the 1989 retail commodity survey so that they are coherent with the commodity balances in the latest version of the input-output tables. These values are divided by the most appropriate price index taken mostly exclusively from the Consumer Price Index (CPI). These indexes have sales taxes removed from them, since by definition, retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these commodity values. The result, which is an approximate total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimate to yield an "implicit" price deflator.

l'enquête. Les domaines peuvent être différents de la strate d'échantillonnage initiale lorsque la taille, la branche d'activité ou l'emplacement des unités représentées par les enregistrements ont subi des modifications. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

Les comparaisons d'une période à l'autre peuvent traduire des facteurs autres qu'une tendance générale des ventes, par exemple la modification de l'échantillon et la reclassification des firmes échantillonées à d'autres groupes commerciaux. Il faut donc les utiliser avec prudence.

Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30,000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle "commerce de détail en dollars courants" et la seconde "commerce de détail en dollars constants". En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de vente au détail. La méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ces mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (p.e.: année 1986).

Il n'existe, présentement, aucune estimation des valeurs en dollars courants du commerce de détail par produits. Ces approximations sont calculées principalement en ajustant les résultats de l'enquête des marchandises vendues au détail de 1989 pour les rendre cohérents avec les balances des produits de la plus récente version des tableaux d'entrées-sorties. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant presque exclusivement de l'Indice des prix à la consommation (IPC). Ces indices excluent les taxes de vente car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. Donc la valeur totale du commerce de détail en dollars constants est obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. L'indice implicite de dégonflement est calculé en divisant l'estimation en dollars courants par l'approximation des ventes totales en dollars constants.

APPENDIX III

Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of different kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

APPENDICE III

Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations d'un intervieweur à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc..

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération, la totalisation, etc..

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en œuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; et on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The variance of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the standard error, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms. The coefficient of variation, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

In this publication, the coefficient of variation is used to measure the sampling error of the estimates. However, since the coefficient of variation published for this survey is calculated from the responses of individual units, it also measures some non-sampling error.

The formula used to calculate the published coefficients of variation in Table 4 is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

where X denotes the estimate and S(X) denotes the standard error of X.

In this publication, the error of X is expressed as a percentage.

Confidence intervals can be constructed around the estimate using the estimate and the coefficient of variation. Thus, for our sample, it is possible to state with a given level of confidence that the expected value will fall within the confidence interval constructed around the estimate. For example, if an estimate of \$12,000,000 has a coefficient of variation of 10%, the standard error will be \$1,200,000 or the estimate multiplied by the coefficient of variation. It can then be stated with 68% confidence that the expected value will fall within the interval whose length equals the standard deviation about the estimate, i.e., between \$10,800,000 and \$13,200,000. Or, it can be stated with 95% confidence that the expected value will fall within the interval whose length equals two standard deviations about the estimate, i.e., between \$9,600,000 and \$14,400,000.

Les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. La variance d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'erreur-type, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le coefficient de variation, c'est-à-dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

Dans cette publication, on utilise le coefficient de variation pour évaluer l'erreur d'échantillonnage des estimations. Cependant, puisque le coefficient de variation publié pour cette enquête est calculé à partir des réponses des unités, il mesure aussi une certaine erreur non liée à l'échantillonnage.

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau 4:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation et S(X) est l'écart-type de X.

L'erreur de X est exprimée en pourcentage dans cette publication.

L'estimation et le coefficient de variation nous permettent de construire des intervalles de confiance autour de l'estimation. Ainsi, pour notre échantillon, on peut affirmer qu'avec une confiance donnée, la valeur probable est comprise dans l'intervalle de confiance construit autour de l'estimation. Par exemple, si le coefficient de variation d'une estimation de \$12,000,000 est égal à 10%, l'écart-type sera de \$1,200,000, soit l'estimation multipliée par le coefficient de variation. Alors, on peut affirmer avec une confiance de 68% que la valeur probable sera contenue dans l'intervalle d'une longueur égale à un écart-type autour de l'estimation, soit entre \$10,800,000 et \$13,200,000. Ou encore, on peut affirmer avec une confiance de 95% que la valeur probable sera contenue dans l'intervalle d'une longueur de deux écart-types autour de l'estimation, soit entre \$9,600,000 et \$14,400,000.

Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the response fractions are given in Table 4. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

Joint Interpretation of Measures of Error

The measure of non-response error as well as the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

Évaluation de l'erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites auparavant. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Une source d'erreur non liée à l'échantillonnage est l'erreur due à la non-réponse. Le tableau 4 présente les fractions de réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. La **fraction de réponse** est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%.

Interprétation simultanée des mesures d'erreur

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation sera bas et que la fraction de réponse sera élevée, meilleure sera l'estimation publiée.

APPENDIX IV

Seasonal Adjustment

Economic time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time"(1). In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, climatic or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X11ARIMA/88 seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data to the end of the original series before it is seasonally adjusted *per se*. The estimated data are derived from forecasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X11ARIMA/88 program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are executed every month. This approach en-

1 "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series", Canada Statistical Review, August 1974.

2 For further information see the X11ARIMA/88 Seasonal Adjustment Method, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada.

APPENDICE IV

Désaisonnalisation

Les séries économiques temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: le mouvement à long terme ou tendance, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, climatiques ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédition, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X11ARMMI/88 (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à l'extrémité de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X11ARMMI/88 fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises. Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonna-

1 La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré de la Revue statistique du Canada, août 1974.

2 Pour de plus amples informations voir La méthode de désaisonnalisation X11ARMMI/88, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada.

sures that the estimated seasonal factors are derived from an unadjusted series which includes all the available information about the series, i.e., the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements. To get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

The Canada seasonally adjusted total is derived "indirectly" by the summation of the individually seasonally adjusted kinds of business.

Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates

Seasonally adjusted constant dollar estimates are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the National Accounts and Environment Division. The total constant dollar seasonally adjusted estimates are derived by employing the indirect seasonal adjustment method.

lisées finales sont exécutées à chaque mois. Cette approche garantit que la série non-désaisonnalisée, à partir de laquelle sont calculées les estimations des facteurs saisonniers, inclut toutes les données les plus récentes relativement à ladite série, c.-à-d., les données non-désaisonnalisées qui portent sur le mois courant et les données non-désaisonnalisées révisées du mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers. Pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

Le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des genres de commerce désaisonnalisés séparément au préalable.

Estimation désaisonnalisées en dollars constants

Les estimations désaisonnalisées en dollars constants sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des Comptes Nationaux et de l'Environnement. Les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation indirecte.

APPENDIX V**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

6011 Supermarkets

6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

6013 Bakery products stores

6014 Candy and nut stores

6015 Fruit and vegetable stores

6016 Meat markets

6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

6031 Pharmacies

6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

6141 Children's clothing stores

6142 Fur goods stores

6149 Other clothing stores, n.e.c.

6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)

6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)

6213 Furniture refinishing and repair shops

6221 Appliance, television, radio and stereo stores

6222 Television, radio and stereo stores

6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

6231 Floor covering stores

6232 Drapery stores

6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

6311 Automobile (new) dealers

6312 Automobile (used) dealers

6321 Motor home and travel trailer dealers

6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers

6323 Motorcycle and snowmobile dealers

6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE V**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

6011 Supermarchés d'alimentation

6012 Epiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

6013 Boulangeries-pâtisseries

6014 Confiseries et magasins de noix

6015 Magasins de fruits et légumes

6016 Marchés de viande

6019 Autres magasins d'alimentation spécialisées, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

6031 Pharmacies

6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

6141 Magasins de vêtements pour enfants

6142 Magasins de fourrures

6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.

6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)

6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)

6213 Ateliers de réparation de meubles

6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

6231 Magasins de revêtements de sol

6232 Magasins de tentures

6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

6311 Concessionnaires d'automobiles neuves

6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion

6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulottes de voyage

6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges

6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations	110 Stations-service
6331 Gasoline service stations	6331 Stations-service
120 Automotive Parts, Accessories and Services	120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Home and auto supply stores	6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Tire, battery, parts and accessories stores	6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (general repairs)	6351 Garages (réparations générales)
6352 Paint and body repair shops	6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Muffler replacement shops	6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Motor vehicle glass replacement shops	6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesses de véhicules automobiles
6359 Other motor vehicle repair shops	6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Car washes	6391 Lave-autos
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.	6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
130 General Merchandise Stores	130 Magasins de marchandises diverses
6411 Department stores	6411 Magasins à rayons
6412 General stores	6412 Magasins généraux
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140 Other Semi-Durable Goods Stores	140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Book and stationery stores	6511 Librairies et papeteries
6521 Florist shops	6521 Fleuristes
6522 Lawn and garden centres	6522 Centres de jardinage
6531 Hardware stores	6531 Quincailleries
6532 Paint, glass and wallpaper stores	6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Toy and hobby stores	6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Gift, novelty and souvenir stores	6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
150 Other Durable Goods Stores	150 Autres magasins de produits durables
6541 Sporting goods stores	6541 Magasins d'articles de sport
6542 Bicycle shops	6542 Magasins de bicyclettes
6551 Musical instrument stores	6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Record and tape stores	6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Jewellery stores	6561 Bijouteries
6562 Watch and jewellery repair shops	6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Camera and photographic supply stores	6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
160 Other Retail Stores	160 Autres magasins de vente au détail
6021 Liquor stores	6021 Magasins de spiritueux
6022 Wine stores	6022 Magasins de vin
6023 Beer stores	6023 Magasins de bière
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticians' shops	6592 Opticiens
6593 Art galleries and artists' supply stores	6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Luggage and leather goods stores	6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Monument and tombstone dealers	6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Pet stores	6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Coin and stamp dealers	6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Mobile home dealers	6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Other retail stores, n.e.c.	6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Canada: A Portrait

A Memorable Journey Through Canada

A book to captivate everyone, **Canada: A Portrait** is a compelling record in words and pictures of the excitement and diversity of present-day Canada. This all-new edition of Statistics Canada's proven bestseller features a striking full-colour dustjacket reproduction of Sweetgrass, the rich impressionistic painting by Canadian artist Frank Mayrs. Once you open its appealing cover, you will discover that **Canada: A Portrait** not only delights the eye, it stimulates the imagination. Each page is brimming with lively and intriguing facts, bringing to life the personality and charisma of Canada in a clear, easy-to-read and entertaining narrative.

From the important to the whimsical...

Canada: A Portrait presents you with the perfect opportunity to explore Canada at your leisure with just the turn of a page. Investigate the diverse regions of Canada from Mount Logan in the Yukon to the St. John River in New Brunswick. Delve into the heartbeat of Canada's society: Who are we? Where do we live? What do we believe in? See how the economy is evolving and what makes it tick. Learn about the activities enjoyed by today's Canadians, such as opera and hockey and home computers. **Canada: A Portrait** offers a complete examination of this unique country and reflects many interesting perspectives.

The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy and Canada in the World

Six chapters provide a guided tour of both the physical and the human landscape of Canada. Each chapter is enriched with personal insights on "being Canadian," shared with you by such eminent people as Myriam Bédard, Gerhard Herzberg and Joe Schlesinger and is adorned with a gallery of imaginative pictorial images.

Share the *Canada: A Portrait* experience with your family, friends and colleagues

Its charming format, rich design, intriguing content and attractive price make this a keepsake volume, ideal both to give and to receive.

Canada: A Portrait is available for only \$39.95 in Canada (plus GST, applicable PST and shipping and handling), US \$51.95 in the United States and US \$59.95 in other countries. To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. Call toll-free: 1-800-700-1033 and use your Visa and MasterCard or fax your order to (613) 951-1584.



Un portrait du Canada

Un voyage mémorable à travers le Canada

Un portrait du Canada captivera tout le monde. C'est un recueil irrésistible, en mots et en images, de tout ce qui fait le dynamisme et la diversité du Canada d'aujourd'hui. Cette nouvelle édition de l'indiscutable best-seller de Statistique Canada offre, sur la jaquette, un magnifique paysage impressionniste, intitulé Sweetgrass, de l'artiste canadien Frank Mayrs. Dès la première page, vous serez fasciné par la beauté des images et du texte et vous laisserez vagabonder votre imagination. Chaque page regorge de faits vivants et intrigants donnant vie au caractère et au magnétisme du Canada dans une langue claire, simple et prenante.

De l'important au fantaisiste...

Un portrait du Canada vous permet de visiter le pays durant vos moments libres simplement en tournant les pages. Du mont Logan (Yukon) à la rivière Saint-Jean (Nouveau-Brunswick), tâchez le pouls des différentes régions du Canada. Fouillez au cœur même de la société canadienne : Qui sommes-nous? Où vivons-nous? Quelles sont nos croyances? Voyez comment l'économie évolue et pourquoi elle tourne. Découvrez les activités préférées des Canadiens d'aujourd'hui : de l'opéra au hockey jusqu'à l'ordinateur familial. **Un portrait du Canada** offre un examen complet de ce pays unique reflétant des perspectives intéressantes.

Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde

Un tour guidé du paysage physique et humain du Canada vous est offert en six chapitres, chacun est parsemé d'oeuvres pleines d'imagination et est enrichi d'un message personnel sur le fait «d'être Canadien». Ces messages sont partagés par d'éminents Canadiens tels que Myriam Bédard, Gerhard Herzberg et Joe Schlesinger.

Partagez cette expérience avec votre famille, vos amis et vos collègues

Son format attrayant, son design riche, son contenu intriguant et son prix alléchant font d'**Un portrait du Canada** un cadeau idéal à donner ou à recevoir.

Un portrait du Canada est en vente à seulement 39,95 \$ au Canada (TPS, TVQ et frais de port et de manutention applicables en sus), 51,95 \$ US aux États-Unis et 59,95 \$ US dans les autres pays. Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près (la liste figure dans la présente publication). Ou encore, téléphonez sans frais au 1-800-700-1033 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584.

 **Identify Emerging Trends**

 **Define New Markets**

 **Pinpoint Profit Opportunities**

 To safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
 - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
 - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
 - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product, Labour Force Productivity, Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST and applicable PST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584 and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication. Via Internet: order@statcan.ca



 **Dégagez les nouvelles tendances**

 **Définissez les nouveaux marchés**

 **Déterminez les possibilités de profit**

 Pour maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien. Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
 - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
 - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
 - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS et la TVP en vigueur, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.

Via l'Internet: order@statcan.ca

Catalogue no. 63-005-XPB

N° 63-005-XPB au catalogue



Retail Trade

March 1996

Commerce de détail

Mars 1996



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des Centres régionaux de consultation.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

March 1996

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Mars 1996

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

June 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually
United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually
Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 68, No. 3

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juin 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année
États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année
Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 68, no. 3

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

©

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

©

TABLE OF CONTENTS**Highlights****Charts****For Further Reading****Table**

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates) 6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods) 20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods) 26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates) 26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates 28

Appendix

I. Definitions

II. Trade Group Coverage

TABLE DES MATIÈRES**PAGE****Faits saillants****Graphiques****Lectures suggérées****Tableau****PAGE****v****vii****ix**

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes) 2

2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes) 4

3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles) 6

4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes) 20

5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques) 22

6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques) 24

7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes) 26

8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques) 26

9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986) 28

Appendice

I. Définitions

II. Couverture des groupes de commerce

31**33**

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Consumer spending on goods inched up in March for a second consecutive month (up 0.1% to \$17.9 billion). The sales trend has turned slightly upward since December 1995. Previously, the trend was generally flat in 1995 following sustained growth in three preceding years.

In March, retailers recorded higher sales in four sectors, accounting for about 80% of total sales. The automotive sector (which includes new and used car dealers; gasoline service stations; and parts, accessories and services outlets) and the food sector advanced the most in dollar terms. The 0.5% gain in the automotive sector was due to increased sales by gasoline service stations. Sales by gasoline service stations advanced 4.3% in March after a decline of 0.5% in February. This is mainly attributable to a 3.5% gain in the price of gas, the first increase after four consecutive monthly declines.

Spending in the food sector increased 0.2% in March 1996 after declining in each of the two preceding months. The gain came entirely from higher sales by supermarkets and grocery stores (+0.6%).

Partly offsetting these gains were declines in the clothing, furniture and general merchandise sectors. Sales in the clothing sector fell 1.7% in March, continuing a declining trend since May 1995. Sales returned to their July 1994 level. All four components of this sector reported lower sales in March.

First quarter 1996

During the first quarter of 1996, sales rose 1.1% compared with the last quarter of 1995, mostly due to the strong advance in January 1996. Compared with the third quarter of 1995, retail sales were only up 0.4%. A large decline in October dragged down total retail sales (-0.7%) in the last quarter of 1995.

Increasing employment through the first two months of the year and an improved housing market in recent months may have

FAITS SAILLANTS

Les dépenses des consommateurs en biens ont légèrement augmenté pour le deuxième mois consécutif (+0.1% pour atteindre 17.9 milliards de dollars). La tendance s'est légèrement inversée à la hausse depuis décembre 1995. En 1995, la tendance avait généralement stagné, après avoir connu une croissance soutenue pendant les trois années précédentes.

En mars, les détaillants ont enregistré une hausse de leurs ventes dans quatre secteurs, représentant environ 80% des ventes totales. Ce sont le secteur de l'automobile (y compris les concessionnaires de véhicules neufs et d'occasion, les stations-service ainsi que les magasins de pièces et d'accessoires et de services) et le secteur de l'alimentation qui arrivent en tête pour la valeur des ventes. L'accroissement de 0.5% enregistré par le secteur de l'automobile s'explique par une augmentation des ventes des stations-service. Celles-ci ont progressé de 4.3% en mars, après une baisse de 0.5% en février. Ce gain est principalement attribuable à un relèvement de 3.5% du prix de l'essence, le premier signe positif après quatre mois consécutifs de diminutions.

Les dépenses dans le secteur de l'alimentation ont augmenté de 0.2% en mars 1996, après deux mois consécutifs de baisse. Cette augmentation est entièrement attribuable aux supermarchés d'alimentation et aux épiceries, dont les ventes ont augmenté (+0.6%).

Le recul des ventes dans les secteurs du vêtement, de l'ameublement et des magasins de marchandises diverses a annulé en partie ces gains. En mars, elles ont diminué de 1.7% dans le secteur du vêtement, ce qui maintient la tendance à la baisse amorcée en mai 1995. De ce fait, les ventes du secteur reviennent à leur niveau de juillet 1994. Les quatre composantes du secteur ont signalé un recul des ventes en mars.

Premier trimestre de 1996

Au cours du premier trimestre de 1996, les ventes ont augmenté de 1.1% par rapport au trimestre précédent, essentiellement en raison de la forte progression enregistrée en janvier 1996. Par rapport au troisième trimestre de 1995, les ventes au détail n'ont connu qu'une hausse de 0.4%. Une forte baisse en octobre 1995 a fait diminuer les ventes au détail totales (-0.7%) au dernier trimestre de 1995.

Il se peut que la croissance de l'emploi pendant les deux premiers mois de l'année et l'amélioration du marché du logement au cours des derniers mois

drawn more people to retail stores. At the same time, as reported in the media, consumer confidence bounced back in the first quarter of 1996.

Sales in the automotive sector increased 3.1% in the first quarter of 1996 after a decline of 0.3% in the last quarter of 1995. All three components of the sector reported higher sales. The best gain came from gasoline service stations. Sales jumped 6.2% during the first quarter following increases of 1.1%, 0.8% and 4.2% in the three previous quarters.

Sales by motor vehicle and recreational vehicle dealers increased 2.0% during this quarter following a drop of 0.9% recorded during the last three months of 1995. For January to March 1996, retailers of automotive parts, accessories and services reported a 4.1% gain, a third consecutive quarterly increase.

Higher sales in the general merchandise sector (+1.3%) also contributed to the overall quarterly sales increase. This followed gains of 1.0% and 0.1% in the third and fourth quarter of 1995. Sales by department stores increased 0.7% during the first quarters, their fifth consecutive quarterly increase. Outspacing the growth in department stores, sales by other general stores grew 2.2% during the quarter, their best performance since the first quarter of 1995.

During the first quarter of 1996, food retailers recorded lower sales for a fourth consecutive quarter. Facing fierce competition from other sectors selling food, sales by supermarkets and grocery stores declined 1.8%, the largest decline in two years. In contrast, specialty food retailers saw their sales rise 3.5% during the first quarter of 1996, the largest increase since the 4.0% gain recorded a year ago.

Sales increased in most provinces during the first quarter of 1996

All provinces, except Quebec, recorded growth in the first quarter of 1996. Sales in Quebec dropped for the first time in three quarters. Retailers in British Columbia and Ontario showed the largest increases in dollar terms during this quarter.

aient attiré plus de gens dans les magasins de détail. Parallèlement, comme le signalent les médias, la confiance des consommateurs est revenue pendant le premier trimestre de 1996.

Au cours du premier trimestre de 1996, les ventes ont augmenté de 3.1% dans le secteur de l'automobile, après avoir reculé de 0.3% au trimestre précédent. Il y a eu une hausse des ventes dans les trois composantes du secteur. La plus importante a été enregistrée par les stations-service (+6.2%), dont les ventes avaient déjà progressé de 1.1%, 0.8% et 4.2% aux trois trimestres précédents.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont progressé de 2.0% au cours de ce trimestre, après une baisse de 0.9% au trimestre précédent. De janvier à mars 1996, les ventes des détaillants de pièces, d'accessoires et de services ont augmenté de 4.1%, ce qui constitue la troisième hausse trimestrielle consécutive.

L'amélioration des ventes dans le secteur des magasins de marchandises diverses (+1.3) a également contribué à l'augmentation globale enregistrée ce trimestre. Cela fait suite à des hausses de 1.0% et 0.1% respectivement aux troisième et quatrième trimestres de 1995. Pour le cinquième trimestre consécutif, les ventes des grands magasins ont augmenté (+0.7%), mais les autres magasins généraux ont mieux fait (+2.2%), affichant leurs meilleurs résultats depuis le premier trimestre de 1995.

Le premier trimestre de 1996 a été pour les détaillants du secteur de l'alimentation le quatrième trimestre consécutif de recul des ventes. Confrontés à la concurrence féroce d'autres secteurs qui vendent des aliments, les supermarchés d'alimentation et les épiceries ont connu une baisse des ventes de 1.8%, soit le recul le plus important en deux ans. En revanche, les détaillants dans les autres magasins d'alimentation ont vu leurs ventes augmenter de 3.5% pendant les trois premiers mois de 1996, ce qui est la plus forte progression depuis la hausse de 4.0% observée il y a un an.

Des ventes à la hausse dans la plupart des provinces au cours du premier trimestre de 1996

Exception faite du Québec, où les ventes ont reculé pour la première fois en trois trimestres, toutes les provinces ont enregistré une croissance au cours des trois premiers mois de l'année. C'est en Colombie-Britannique et en Ontario que la valeur des ventes a connu les plus fortes augmentations.

Chart 1

Retail Sales, Canada

Graphique 1

Ventes au détail, Canada

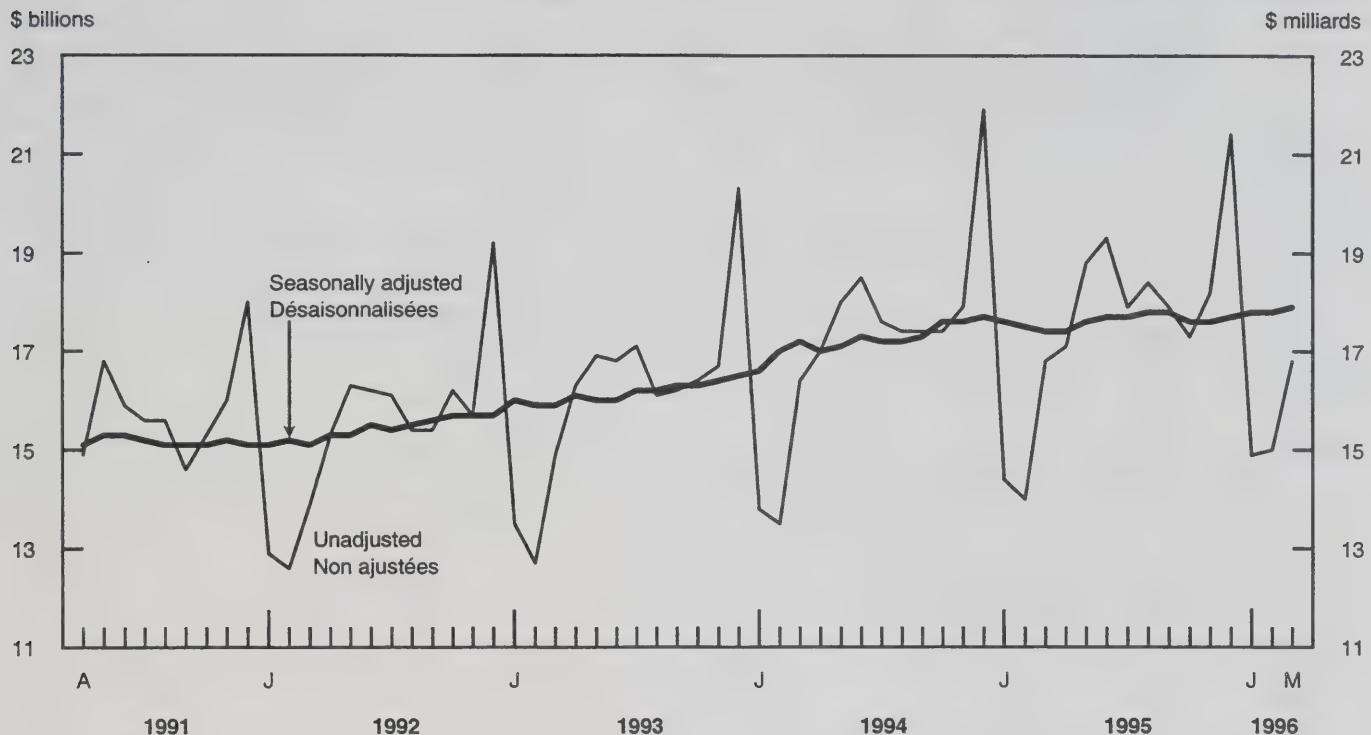
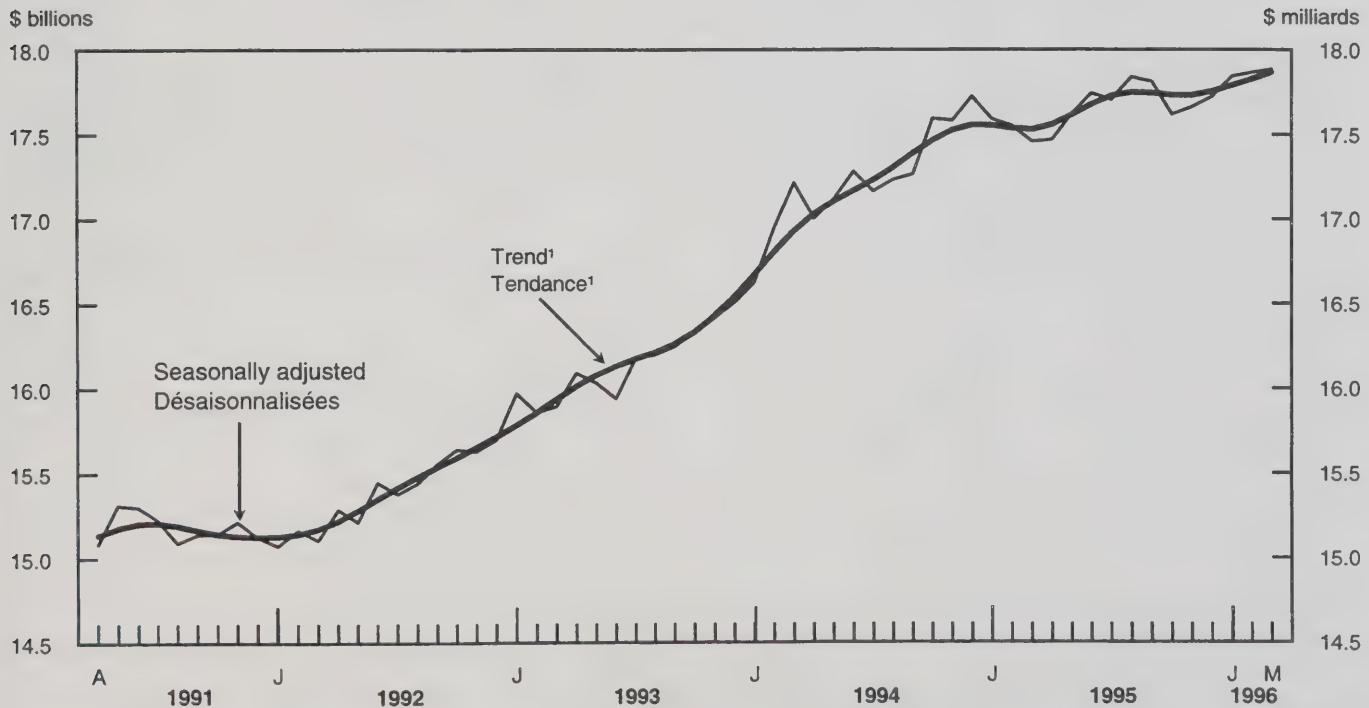


Chart 2

Retail Sales – Canada

Graphique 2

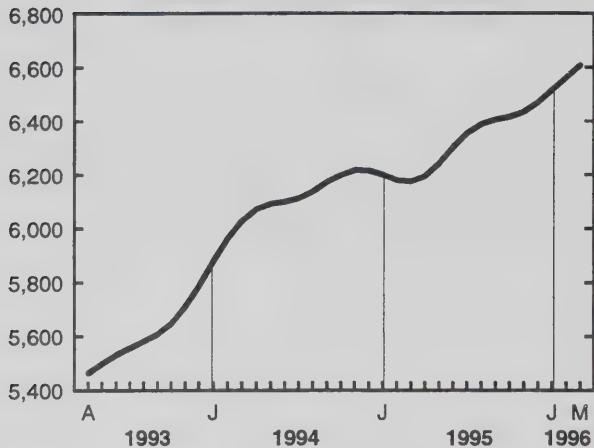
Ventes au détail – Canada

¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

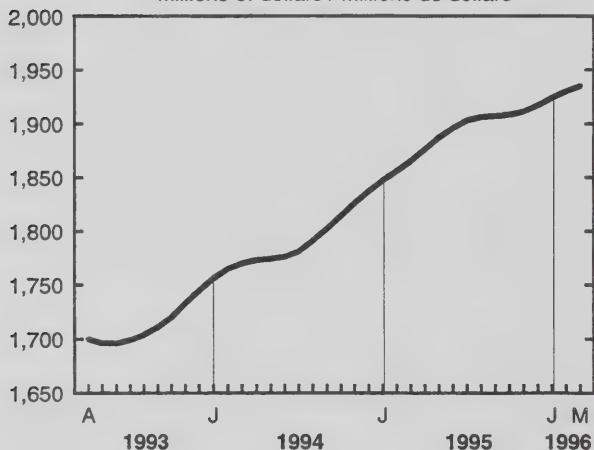
**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**

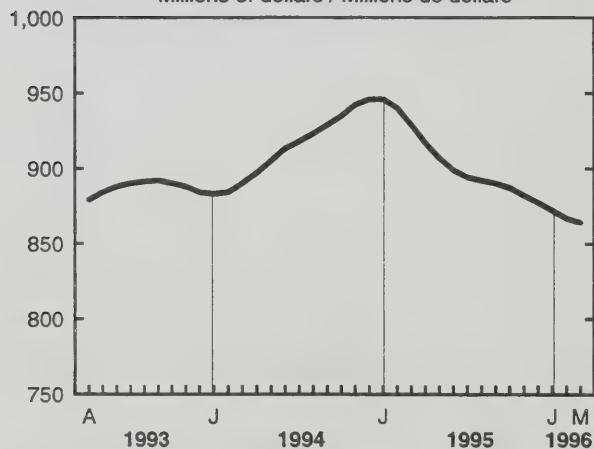
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



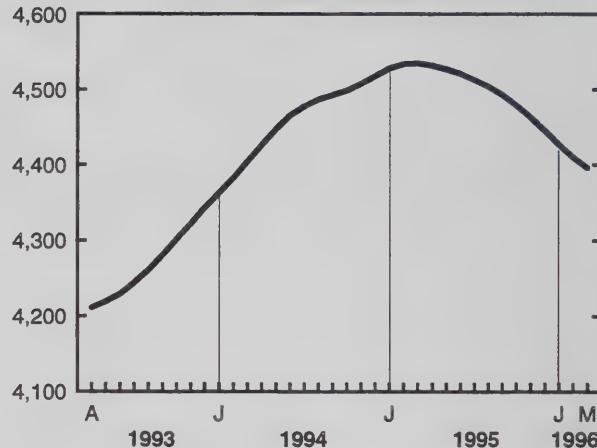
General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars



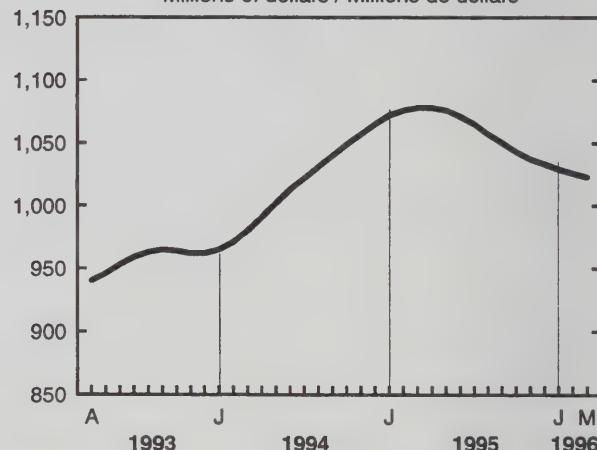
Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



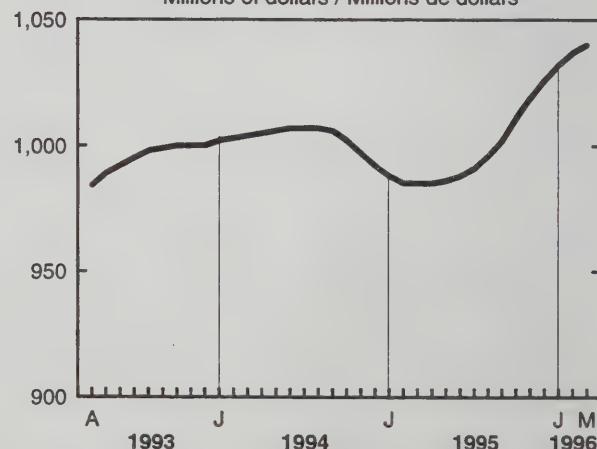
Food / Aliments
Millions of dollars / Millions de dollars



Clothing / Vêtements
Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments
Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002-XPB
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004-XPB
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007-XPB
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210-XPB
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213-XPB
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218-XPB
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219-XPB
Wholesaling and Retailing in Canada, Annual, Bilingual	Les commerces de gros et de détail au Canada, Annuel, Bilingue	63-236-XPB
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224-XPB
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541-XPB

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					Year-to- date 1996 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre			March 1996 Mars	February 1996 Février	
millions of dollars - millions de dollars									
Trade Group - Canada									
1 Supermarkets and grocery stores	4,041.9	4,019.7	4,038.4	4,117.7	12,100.0		0.6	-0.5	
2 All other food stores	344.5	359.0	367.4	349.4	1,070.9		-4.0	-2.3	
3 Drugs and patent medicine stores	1,036.5	1,035.8	1,027.3	1,031.3	3,099.5		0.1	0.8	
4 Shoe stores	134.7	134.8	131.6	132.5	401.0		-0.1	2.4	
5 Men's clothing stores	125.9	128.8	129.0	130.7	383.7		-2.2	-0.2	
6 Women's clothing stores	325.2	331.5	327.8	329.9	984.5		-1.9	1.1	
7 Other clothing stores	427.7	435.6	442.7	438.8	1,306.0		-1.8	-1.6	
8 Household furniture and appliance stores	677.2	673.3	665.8	683.9	2,016.3		0.6	1.1	
9 Household furnishings stores	183.7	192.1	196.4	196.7	572.2		-4.4	-2.2	
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,284.5	4,287.2	4,212.4	4,177.1	12,784.0		-0.1	1.8	
11 Gasoline service stations	1,355.7	1,300.2	1,306.4	1,277.8	3,962.2		4.3	-0.5	
12 Automotive parts, accessories and services	980.0	1,001.2	1,020.0	974.0	3,001.1		-2.1	-1.8	
13 General merchandise stores	1,930.5	1,934.8	1,926.8	1,914.3	5,792.1		-0.2	0.4	
14 Other semi-durable goods stores	595.6	591.4	604.2	572.5	1,791.2		0.7	-2.1	
15 Other durable goods stores	449.9	437.9	441.7	440.8	1,329.6		2.7	-0.8	
16 Other retail stores	959.0	969.6	972.4	923.5	2,901.0		-1.1	-0.3	
17 Total, all stores	17,852.5	17,832.8	17,810.1	17,690.7	53,495.3		0.1	0.1	
Regions									
18 Newfoundland	287.4	290.3	285.9	282.2	863.5		-1.0	1.6	
19 Prince Edward Island	81.3	80.3	76.6	79.1	238.3		1.2	4.8	
20 Nova Scotia	563.7	569.0	549.4	536.6	1,682.1		-0.9	3.6	
21 New Brunswick	441.9	441.4	443.4	439.3	1,326.8		0.1	-0.5	
22 Quebec	4,166.2	4,187.1	4,216.2	4,189.3	12,569.4		-0.5	-0.7	
23 Ontario	6,498.5	6,431.9	6,554.3	6,485.2	19,484.6		1.0	-1.9	
24 Manitoba	637.5	621.7	635.8	612.3	1,895.0		2.6	-2.2	
25 Saskatchewan	577.7	570.9	571.6	564.3	1,720.2		1.2	-0.1	
26 Alberta	1,900.5	1,930.5	1,847.1	1,867.1	5,678.2		-1.6	4.5	
27 British Columbia	2,635.6	2,648.9	2,571.6	2,576.3	7,856.1		-0.5	3.0	
28 Yukon	21.3	19.5	19.0	20.8	59.8		9.6	2.4	
29 Northwest Territories	40.9	41.2	39.1	38.2	121.2		-0.8	5.2	

**TABLEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage							
-1.9	0.6	-2.6	-4.3	-3.4	-2.0	-3.4	Groupe de commerce - Canada
5.2	1.9	-1.8	4.0	4.9	2.4	2.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie
-0.4	1.4	5.8	5.6	3.6	4.5	5.0	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.7	-7.6	-10.3	-5.2	-7.0	-11.8	-7.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.3	0.8	-8.5	-15.1	-10.1	-3.9	-11.3	Magasins de chaussures
-0.6	0.7	-5.8	-4.9	-7.0	-7.1	-5.9	Magasins de vêtements pour hommes
0.9	--	-1.8	-2.5	2.7	2.0	-0.6	Magasins de vêtements pour dames
-2.6	0.2	-8.0	-10.1	-12.2	-11.1	-10.1	Autres magasins de vêtements
-0.2	1.2	-4.0	0.8	3.5	3.8	0.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.8	0.3	6.5	6.0	2.2	1.1	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.2	3.8	14.9	9.8	13.6	7.9	12.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.7	-0.3	4.4	6.9	8.2	-4.7	6.5	Stations-service
0.7	0.7	3.7	3.9	3.9	4.2	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.5	-0.6	1.5	2.3	4.0	-4.3	2.6	Autres marchandises diverses
0.2	0.1	-6.2	-7.4	-7.2	-5.8	-6.9	Autres magasins de produits semi-durables
5.3	-5.1	6.9	6.7	6.1	--	6.5	Autres magasins de produits durables
0.7	0.3	2.3	1.7	1.3	-0.2	1.8	Autres magasins de vente au détail
							Total, ensemble des magasins
							Régions
1.3	-1.8	-0.9	0.5	1.0	-1.8	0.2	Terre-Neuve
-3.1	0.3	11.4	9.5	5.2	9.8	8.7	Île-du-Prince-Édouard
2.4	3.2	6.6	6.8	2.5	-1.8	5.3	Nouvelle-Écosse
0.9	1.1	7.8	7.4	9.1	4.7	8.1	Nouveau-Brunswick
0.6	-0.7	2.1	2.4	1.1	-1.7	1.8	Québec
1.1	0.7	-0.4	-2.5	-0.1	-1.2	-1.0	Ontario
3.8	1.4	6.1	4.1	7.8	2.8	6.0	Manitoba
1.3	0.7	10.3	6.4	6.7	6.1	7.8	Saskatchewan
-1.1	-0.2	5.7	6.4	1.2	0.9	4.4	Alberta
-0.2	0.6	3.1	4.1	1.1	1.8	2.8	Colombie-Britannique
-8.5	2.2	10.4	1.6	1.2	14.0	4.4	Yukon
2.4	5.9	8.5	12.4	5.7	-5.4	8.8	Territoires du Nord-Ouest

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes					
		March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	4,041.7	3,760.9	3,768.1	4,512.6	11,570.8	
2	All other food stores	335.9	317.7	307.1	427.0	960.7	
3	Drugs and patent medicine stores	1,009.7	977.0	993.2	1,276.4	2,980.0	
4	Shoe stores	111.9	82.1	96.0	179.8	290.1	
5	Men's clothing stores	95.8	82.4	99.0	279.2	277.2	
6	Women's clothing stores	273.7	224.6	232.4	561.4	730.7	
7	Other clothing stores	362.7	292.7	318.5	763.7	974.0	
8	Household furniture and appliance stores	622.5	549.3	557.2	1,003.6	1,729.1	
9	Household furnishings stores	165.2	151.3	156.9	245.3	473.4	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,338.9	3,619.5	3,389.1	3,349.5	11,347.5	
11	Gasoline service stations	1,285.1	1,183.8	1,217.9	1,261.1	3,686.8	
12	Automotive parts, accessories and services	867.0	795.0	857.2	1,053.8	2,519.2	
13	General merchandise stores	1,652.9	1,407.8	1,386.6	3,296.4	4,447.3	
14	Other semi-durable goods stores	462.4	428.3	435.9	901.0	1,326.7	
15	Other durable goods stores	367.5	326.0	340.8	851.2	1,034.2	
16	Other retail stores	836.5	757.8	722.1	1,424.4	2,316.4	
17	Total, all stores	16,829.6	14,956.3	14,878.1	21,386.4	46,664.0	
Regions							
18	Newfoundland	268.4	236.2	223.7	354.2	728.3	
19	Prince Edward Island	70.1	63.4	59.8	94.1	193.3	
20	Nova Scotia	530.2	469.5	450.7	660.5	1,450.4	
21	New Brunswick	406.8	360.8	357.0	531.2	1,124.7	
22	Quebec	3,942.8	3,447.7	3,481.7	4,759.9	10,872.3	
23	Ontario	6,041.8	5,430.1	5,513.7	8,036.4	16,985.6	
24	Manitoba	609.3	524.8	529.0	767.2	1,663.1	
25	Saskatchewan	547.8	479.7	489.0	685.6	1,516.5	
26	Alberta	1,800.7	1,607.6	1,536.3	2,296.7	4,944.7	
27	British Columbia	2,553.0	2,285.9	2,190.2	3,132.5	7,029.0	
28	Yukon	18.8	15.3	14.7	22.4	48.8	
29	Northwest Territories	39.8	35.3	32.2	45.5	107.2	

TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year					N°
Variation par rapport à l'année précédente					
March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-2.8	0.7	-2.2	-4.4	-1.5	Groupe de commerce - Canada
-0.4	8.9	5.0	3.9	4.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie
3.3	10.4	5.2	2.2	6.2	Tous les autres magasins d'alimentation
-8.5	-0.4	-6.7	-14.4	-5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-8.7	-8.0	-8.8	-6.4	-8.5	Magasins de chaussures
-5.6	0.5	-5.3	-6.6	-3.7	Magasins de vêtements pour hommes
-1.8	3.5	4.1	2.8	1.6	Magasins de vêtements pour dames
-8.1	-4.6	-11.7	-12.4	-8.2	Autres magasins de vêtements
-6.8	4.0	7.4	3.5	1.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-0.2	11.0	6.0	-1.8	5.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
13.7	14.3	13.4	6.7	13.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.3	11.9	10.4	-7.1	7.1	Stations-service
2.7	8.9	5.0	2.6	5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.7	5.6	5.9	-6.2	3.9	Magasins de marchandises diverses
-5.0	-2.7	-6.7	-7.9	-4.9	Autres magasins de produits semi-durables
7.5	13.4	7.4	-1.5	9.3	Autres magasins de produits durables
0.2	6.7	3.0	-2.3	3.1	Autres magasins de vente au détail
					Total, ensemble des magasins
Régions					
-2.6	5.9	1.5	-4.1	1.3	Terre-Neuve
10.1	15.5	5.2	5.4	10.2	Île-du-Prince-Édouard
5.6	12.6	3.3	-4.7	7.0	Nouvelle-Écosse
6.1	12.1	10.4	2.7	9.3	Nouveau-Brunswick
-0.6	7.9	2.9	-4.0	3.1	Québec
-3.0	2.7	2.1	-3.7	0.4	Ontario
6.2	8.6	8.4	0.8	7.6	Manitoba
9.2	10.8	8.1	3.6	9.3	Saskatchewan
3.7	11.1	2.0	-0.7	5.5	Alberta
1.8	8.3	2.5	0.9	4.1	Colombie-Britannique
7.6	5.5	4.2	10.0	5.9	Yukon
9.1	17.2	7.0	-6.1	11.0	Territoires du Nord-Ouest

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	11,570.8	12,452.6	12,882.4	12,776.7	11,744.0
2	All other food stores	960.7	1,069.4	1,058.1	1,104.8	921.4
3	Drugs and patent medicine stores	2,980.0	3,318.4	2,913.5	2,905.4	2,806.5
4	Shoe stores	290.1	492.3	443.1	464.7	307.7
5	Men's clothing stores	277.2	567.9	361.3	413.2	303.0
6	Women's clothing stores	730.7	1,239.4	1,030.5	1,068.6	758.8
7	Other clothing stores	974.0	1,724.0	1,357.8	1,224.6	958.3
8	Household furniture and appliance stores	1,729.1	2,486.1	2,161.7	2,019.0	1,884.2
9	Household furnishings stores	473.4	664.0	590.4	567.1	468.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11,347.5	11,383.7	12,840.0	14,561.0	10,806.9
11	Gasoline service stations	3,686.8	3,741.4	3,943.7	3,673.1	3,240.4
12	Automotive parts, accessories and services	2,519.2	3,107.7	2,890.4	3,007.9	2,351.8
13	General merchandise stores	4,447.3	7,625.5	5,432.6	5,384.8	4,221.9
14	Other semi-durable goods stores	1,326.7	2,066.0	1,882.5	1,869.1	1,276.5
15	Other durable goods stores	1,034.2	1,690.5	1,374.9	1,351.6	1,087.1
16	Other retail stores	2,316.4	3,279.1	3,002.2	2,802.0	2,118.9
17	Total, all stores	46,664.0	56,907.8	54,165.0	55,193.5	45,256.1
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	250.6	267.2	295.5	287.5	253.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	58.5	70.2	66.2	68.7	66.3
4	Shoe stores	3.2	6.2	5.6	5.3	3.3
5	Men's clothing stores	1.7	5.2	3.3	3.9	2.5
6	Women's clothing stores	8.2	20.1	12.3	12.2	8.5
7	Other clothing stores	7.1	18.3	11.8	9.4	7.3
8	Household furniture and appliance stores	16.8	31.2	24.8	21.8	17.8
9	Household furnishings stores	2.0	4.7	3.7	3.6	3.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	136.9	126.7	164.3	188.3	119.0
11	Gasoline service stations	78.8	88.4	100.7	87.5	74.4
12	Automotive parts, accessories and services	31.7	44.5	41.5	42.9	34.0
13	General merchandise stores	83.7	172.9	108.7	99.1	75.0
14	Other semi-durable goods stores	16.2	33.6	30.8	32.2	20.4
15	Other durable goods stores	8.0	16.2	9.6	9.4	7.1
16	Other retail stores	18.6	33.0	23.7	22.2	19.9
17	Total, all stores	728.3	945.3	910.9	903.3	718.9

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
-1.5	-2.6	1.0	1.4	1.0	Canada			
4.3	3.1	3.9	20.4	23.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
6.2	2.0	-1.9	-1.6	-1.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-5.7	-9.7	-2.5	1.9	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-8.5	-5.0	1.1	-3.7	-4.6	Magasins de chaussures	4		
-3.7	-6.8	2.3	7.9	7.4	Magasins de vêtements pour hommes	5		
1.6	4.3	9.1	15.3	22.8	Magasins de vêtements pour dames	6		
-8.2	-8.7	-1.4	--	8.5	Autres magasins de vêtements	7		
1.0	1.5	-3.3	0.7	2.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
5.0	1.7	8.5	3.9	7.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
13.8	4.6	3.1	4.0	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
7.1	-4.7	-3.4	-5.4	-3.4	Stations-service	11		
5.3	3.8	6.6	6.9	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
3.9	-5.9	2.6	1.6	-1.9	Magasins de marchandises diverses	13		
-4.9	-7.1	-2.0	0.1	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14		
9.3	2.2	5.8	8.2	5.1	Autres magasins de produits durables	15		
3.1	-0.5	3.3	3.1	3.6	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Terre-Neuve								
-1.0	-1.0	2.1	6.6	5.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-11.7	-7.3	2.0	4.8	3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-2.3	-14.2	-1.1	2.4	-10.8	Magasins de chaussures	4		
-32.2	-32.5	-4.6	-1.5	6.0	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-2.5	-5.3	-7.9	-1.1	3.3	Magasins de vêtements pour dames	6		
-2.1	6.2	19.2	16.1	15.8	Autres magasins de vêtements	7		
-5.6	-17.4	1.9	4.0	5.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-34.9	-7.1	-7.4	2.2	13.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
15.0	6.1	3.8	-2.4	-5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
5.9	3.1	26.6	21.5	10.8	Stations-service	11		
-6.6	-0.5	-2.1	-6.7	1.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
11.6	3.3	-4.7	-4.5	-9.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-20.8	-15.4	-3.4	10.4	11.8	Autres magasins de produits semi-durables	14		
12.9	-16.5	-18.9	-20.0	-29.4	Autres magasins de produits durables	15		
-6.6	2.7	7.4	16.7	16.1	Autres magasins de vente au détail	16		
1.3	-1.2	3.5	3.9	2.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island					
1 Supermarkets and grocery stores	50.2	57.2	62.2	57.6	49.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	16.5	18.4	17.0	16.2	15.7
4 Shoe stores	X	X	X	X	X
5 Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6 Women's clothing stores
7 Other clothing stores	2.5	6.3	6.9	2.9	1.9
8 Household furniture and appliance stores	3.6	6.1	4.7	4.8	4.5
9 Household furnishings stores	1.7	2.0	1.4	1.3	1.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	39.5	42.5	48.9	55.8	35.2
11 Gasoline service stations	30.0	32.4	35.9	25.8	20.3
12 Automotive parts, accessories and services	9.6	13.6	11.9	12.6	9.3
13 General merchandise stores	15.1	31.0	23.5	22.2	15.1
14 Other semi-durable goods stores	8.5	14.3	13.8	10.7	7.0
15 Other durable goods stores	2.4	4.8	3.5	3.0	2.0
16 Other retail stores	7.9	11.3	13.7	11.2	8.5
17 Total, all stores	193.3	249.8	253.1	232.2	175.4
Nova Scotia					
1 Supermarkets and grocery stores	468.9	436.5	460.4	450.8	412.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	116.7	127.5	112.5	117.6	111.3
4 Shoe stores	6.7	9.8	9.4	9.2	5.5
5 Men's clothing stores	4.9	11.6	6.9	7.1	6.0
6 Women's clothing stores	18.0	37.9	25.5	26.0	18.4
7 Other clothing stores	21.6	47.6	31.9	25.3	20.6
8 Household furniture and appliance stores	32.5	48.4	36.7	34.7	32.9
9 Household furnishings stores	9.3	15.8	16.2	12.2	9.4
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	322.6	276.1	321.0	429.3	300.0
11 Gasoline service stations	107.0	112.5	126.7	116.0	106.0
12 Automotive parts, accessories and services	56.2	78.9	74.8	75.3	57.4
13 General merchandise stores	132.2	267.3	175.8	167.7	126.8
14 Other semi-durable goods stores	36.1	63.9	52.5	48.5	35.3
15 Other durable goods stores	25.1	45.7	31.7	29.4	20.7
16 Other retail stores	74.4	105.0	107.9	96.1	71.6
17 Total, all stores	1,450.4	1,707.0	1,614.9	1,673.3	1,355.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
0.8	3.6	9.8	13.6	7.0	Île-du-Prince-Édouard			
...	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
5.3	9.0	1.7	0.9	1.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
...	Magasins de vêtements pour hommes	5		
29.6	13.3	1.3	-19.9	-15.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
-19.2	-20.3	-30.0	-21.6	-12.0	Autres magasins de vêtements	7		
59.8	5.2	-43.4	-41.4	-37.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
12.2	4.0	20.2	5.1	2.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
47.6	39.9	25.5	9.0	-8.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
4.2	-4.9	-13.9	-11.6	-11.0	Stations-service	11		
0.3	-3.3	-1.9	2.4	-7.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
22.0	29.5	19.6	22.4	18.5	Magasins de marchandises diverses	13		
19.2	20.2	21.3	25.5	-0.8	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-6.9	-9.8	-10.4	-1.1	-1.5	Autres magasins de produits durables	15		
10.2	6.3	7.7	4.9	-0.5	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Nouvelle-Écosse								
13.6	-4.8	-2.7	2.7	6.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
...	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
4.9	-0.1	0.6	8.7	-0.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
21.2	-12.3	-0.2	3.2	-17.5	Magasins de chaussures	4		
-17.5	-10.1	8.0	3.1	10.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-2.2	-4.4	-8.2	-1.6	-3.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
4.5	5.9	13.1	14.9	15.9	Autres magasins de vêtements	7		
-1.4	-8.7	-12.0	-9.5	-10.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-1.8	-5.7	9.9	-7.3	4.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
7.5	-7.5	-4.5	3.4	-4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
0.9	-9.6	-9.5	-16.8	-24.8	Stations-service	11		
-2.0	-7.5	-1.9	-13.0	-1.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.3	0.4	2.6	3.4	-0.4	Magasins de marchandises diverses	13		
2.4	-9.0	0.1	0.9	-5.6	Autres magasins de produits semi-durables	14		
21.3	11.9	20.6	22.5	8.4	Autres magasins de produits durables	15		
3.9	-3.7	2.0	2.5	-4.0	Autres magasins de vente au détail	16		
7.0	-4.6	-1.9	1.2	-1.7	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	299.1	315.0	338.0	314.0	283.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	109.2	127.8	109.2	106.6	100.5
4	Shoe stores	5.0	10.3	9.1	9.0	5.4
5	Men's clothing stores	4.2	10.7	5.4	6.6	4.4
6	Women's clothing stores	17.7	33.9	22.6	23.0	15.6
7	Other clothing stores	16.2	33.9	23.9	17.8	14.0
8	Household furniture and appliance stores	37.7	50.8	40.2	34.1	32.2
9	Household furnishings stores	9.0	16.4	12.7	10.7	8.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	270.6	266.2	311.5	342.1	223.4
11	Gasoline service stations	77.1	88.6	107.1	92.4	93.8
12	Automotive parts, accessories and services	68.1	92.4	81.9	82.2	61.1
13	General merchandise stores	111.5	218.3	138.2	130.4	98.8
14	Other semi-durable goods stores	30.3	44.9	36.6	37.6	23.3
15	Other durable goods stores	13.0	29.3	23.0	21.2	15.0
16	Other retail stores	44.8	67.3	65.8	58.6	43.3
17	Total, all stores	1,124.7	1,417.8	1,338.0	1,298.3	1,028.6
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	2,899.5	3,290.0	3,387.0	3,387.5	3,162.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	721.0	771.3	648.7	649.6	654.6
4	Shoe stores	90.9	179.4	153.7	159.9	93.1
5	Men's clothing stores	66.4	134.6	87.9	111.5	71.0
6	Women's clothing stores	213.2	328.9	293.0	301.6	202.8
7	Other clothing stores	270.7	455.6	390.7	378.3	268.1
8	Household furniture and appliance stores	468.6	632.8	612.5	600.4	453.0
9	Household furnishings stores	107.9	149.6	150.6	157.9	103.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,463.4	2,374.4	2,758.2	3,241.8	2,257.4
11	Gasoline service stations	847.0	855.4	820.4	764.7	682.5
12	Automotive parts, accessories and services	638.0	838.6	741.7	796.1	564.2
13	General merchandise stores	937.7	1,479.2	1,106.4	1,138.5	863.5
14	Other semi-durable goods stores	283.8	441.1	446.2	447.6	288.9
15	Other durable goods stores	212.6	345.9	294.7	296.0	222.1
16	Other retail stores	348.4	531.2	435.1	459.8	353.4
17	Total, all stores	10,872.3	13,150.0	12,674.3	13,229.4	10,544.2

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
5.4	2.3	5.8	0.2	-8.6	Nouveau-Brunswick	
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
8.6	12.5	13.2	13.0	14.0	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-8.0	-4.6	10.0	11.9	4.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-6.1	-14.5	-25.5	-21.2	-19.2	Magasins de chaussures	4
13.4	3.7	-2.1	5.7	2.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
16.1	30.3	27.8	15.0	8.6	Magasins de vêtements pour dames	6
17.1	-1.9	8.0	0.1	4.6	Autres magasins de vêtements	7
8.4	24.4	13.8	3.4	8.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
21.1	14.6	28.8	5.6	-7.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-17.9	-23.7	-13.2	-15.5	-2.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
11.5	2.0	-2.8	0.2	7.7	Stations-service	11
12.8	7.1	-0.3	-6.8	-7.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
30.4	9.7	19.6	21.8	18.0	Magasins de marchandises diverses	13
-13.5	-12.6	3.5	6.4	6.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
3.5	-1.0	2.7	8.8	2.6	Autres magasins de produits durables	15
9.3	4.2	8.3	1.8	-3.0	Autres magasins de vente au détail	16
					Total, ensemble des magasins	17
Québec						
-8.3	-7.3	-5.9	-6.2	-4.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
10.1	4.0	-11.5	-12.9	-5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-2.3	-3.8	2.0	2.3	-3.0	Magasins de chaussures	4
-6.4	-7.1	-7.1	-3.9	-4.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
5.1	-2.1	4.2	7.4	3.1	Magasins de vêtements pour dames	6
1.0	6.4	14.9	18.6	20.8	Autres magasins de vêtements	7
3.5	0.8	9.0	14.1	20.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
4.7	2.7	5.5	13.9	14.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
9.1	1.9	-0.9	-10.2	-4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
24.1	16.3	8.7	8.2	-3.8	Stations-service	11
13.1	1.4	1.4	-2.3	-3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
8.6	1.5	1.3	3.4	1.4	Magasins de marchandises diverses	13
-1.8	-10.0	-4.2	-4.1	-1.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
-4.3	-1.9	7.8	7.8	7.6	Autres magasins de produits durables	15
-1.4	-2.2	1.2	1.0	7.3	Autres magasins de vente au détail	16
3.1	-0.8	-0.7	-3.2	-1.3	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes					
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	
millions of dollars - millions de dollars							
Ontario							
1	Supermarkets and grocery stores	3,652.3	3,891.6	4,026.7	4,061.7	3,794.5	
2	All other food stores	
3	Drugs and patent medicine stores	1,167.5	1,290.3	1,148.9	1,152.7	1,079.5	
4	Shoe stores	102.4	165.1	151.0	162.9	115.7	
5	Men's clothing stores	105.3	220.6	138.4	164.1	124.6	
6	Women's clothing stores	253.6	454.2	372.4	401.8	287.0	
7	Other clothing stores	347.7	633.8	480.6	434.3	360.0	
8	Household furniture and appliance stores	559.4	846.1	718.0	681.7	704.3	
9	Household furnishings stores	179.8	244.6	219.9	212.6	185.7	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,254.8	4,454.8	5,022.0	5,621.3	4,326.8	
11	Gasoline service stations	1,388.7	1,404.0	1,488.4	1,387.9	1,218.2	
12	Automotive parts, accessories and services	950.7	1,175.0	1,079.1	1,143.6	923.9	
13	General merchandise stores	1,630.0	2,929.3	2,001.5	1,978.0	1,565.6	
14	Other semi-durable goods stores	508.8	799.6	704.4	688.7	483.4	
15	Other durable goods stores	369.3	637.8	503.4	517.0	430.5	
16	Other retail stores	1,077.9	1,525.8	1,440.2	1,290.3	915.9	
17	Total, all stores	16,985.6	21,144.8	19,957.8	20,407.2	16,915.0	
Manitoba							
1	Supermarkets and grocery stores	482.1	508.5	510.8	502.4	443.1	
2	All other food stores	
3	Drugs and patent medicine stores	74.0	86.6	75.4	72.7	66.9	
4	Shoe stores	8.8	15.7	12.5	12.9	8.1	
5	Men's clothing stores	7.2	15.6	9.4	11.2	8.1	
6	Women's clothing stores	18.0	31.8	26.4	27.8	20.7	
7	Other clothing stores	35.4	61.9	42.8	40.4	30.4	
8	Household furniture and appliance stores	56.3	77.5	63.3	56.7	53.4	
9	Household furnishings stores	11.6	16.2	15.0	14.1	12.2	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	385.4	362.8	412.0	467.4	333.4	
11	Gasoline service stations	147.4	156.8	176.6	171.6	151.3	
12	Automotive parts, accessories and services	90.3	100.7	89.3	91.4	63.9	
13	General merchandise stores	185.1	320.9	234.4	236.6	191.1	
14	Other semi-durable goods stores	41.6	67.2	50.7	47.4	36.2	
15	Other durable goods stores	34.8	63.6	52.8	52.4	41.1	
16	Other retail stores	65.6	99.2	85.3	80.8	65.5	
17	Total, all stores	1,663.1	2,008.0	1,877.5	1,908.8	1,545.1	

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
-3.7	-3.8	1.4	2.1	3.1	Ontario			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
8.2	3.4	1.6	3.4	0.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-11.5	-16.0	-7.9	-5.4	-4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-15.6	-9.2	-2.5	-7.9	-6.1	Magasins de chaussures	4		
-11.6	-12.6	-0.9	5.7	10.4	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-3.4	1.5	3.9	14.8	33.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
-20.6	-16.7	-11.9	-6.0	6.8	Autres magasins de vêtements	7		
-3.2	-7.5	-10.7	-3.8	0.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-1.7	-4.9	11.5	5.6	11.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
14.0	7.7	9.8	6.4	0.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
2.9	-7.1	-5.6	-6.0	-4.3	Stations-service	11		
4.1	4.7	9.2	9.6	7.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
5.3	-4.3	8.7	6.2	0.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-14.2	-12.7	-7.0	-2.0	9.3	Autres magasins de produits semi-durables	14		
17.7	7.3	10.5	13.1	4.7	Autres magasins de produits durables	15		
0.4	-2.1	4.7	4.8	6.3	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Manitoba								
8.8	5.9	6.7	5.8	-3.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
10.5	18.8	18.5	14.0	8.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
7.7	13.6	27.2	23.6	1.9	Magasins de chaussures	4		
-11.5	-11.2	-6.3	-11.9	-15.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-12.8	-15.7	-10.4	-13.0	-10.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
16.3	11.5	10.2	17.1	13.2	Autres magasins de vêtements	7		
5.4	-6.2	8.0	1.7	6.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-4.6	10.1	13.8	6.4	22.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
15.6	2.9	20.5	15.8	7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-2.6	-4.5	3.7	16.8	10.6	Stations-service	11		
41.3	16.2	4.5	-4.1	-11.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-3.2	-0.6	4.6	6.1	2.4	Magasins de marchandises diverses	13		
15.0	8.8	10.9	-8.0	-0.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-15.4	-10.9	5.0	12.5	22.9	Autres magasins de produits durables	15		
0.2	3.2	10.9	10.6	3.8	Autres magasins de vente au détail	16		
7.6	2.7	9.1	8.4	2.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	396.4	427.8	436.2	425.1	369.5
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	61.6	79.8	73.0	85.4	83.1
4	Shoe stores	6.3	10.2	9.2	10.9	7.0
5	Men's clothing stores	6.2	15.9	9.0	8.9	6.5
6	Women's clothing stores	17.5	30.9	23.8	24.6	17.8
7	Other clothing stores	27.1	51.3	34.6	34.0	24.1
8	Household furniture and appliance stores	38.6	58.7	52.2	48.0	49.1
9	Household furnishings stores	14.6	21.1	16.8	14.9	13.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	408.3	422.5	389.6	409.1	324.0
11	Gasoline service stations	152.8	142.8	145.9	134.5	117.3
12	Automotive parts, accessories and services	79.3	96.1	117.3	125.4	90.8
13	General merchandise stores	174.7	277.7	202.1	202.7	159.6
14	Other semi-durable goods stores	36.6	67.3	53.3	46.4	35.7
15	Other durable goods stores	27.7	47.9	38.3	35.4	27.2
16	Other retail stores	54.3	78.1	71.9	66.3	51.8
17	Total, all stores	1,516.5	1,843.2	1,685.4	1,682.3	1,387.1
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,286.4	1,382.7	1,443.9	1,416.5	1,275.4
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	269.7	298.6	262.6	253.4	253.2
4	Shoe stores	26.7	41.3	39.2	40.0	28.1
5	Men's clothing stores	35.9	67.0	42.9	40.2	31.0
6	Women's clothing stores	75.5	122.3	97.1	102.2	77.2
7	Other clothing stores	118.6	202.8	161.5	132.1	103.1
8	Household furniture and appliance stores	214.0	314.8	253.6	228.0	233.7
9	Household furnishings stores	54.3	76.8	59.9	51.3	44.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,209.6	1,320.3	1,394.2	1,594.4	1,092.7
11	Gasoline service stations	368.9	343.7	366.5	349.8	313.4
12	Automotive parts, accessories and services	252.7	304.6	311.4	317.1	268.0
13	General merchandise stores	471.3	795.6	566.8	561.7	450.6
14	Other semi-durable goods stores	135.8	198.8	171.8	190.2	124.4
15	Other durable goods stores	136.8	208.0	163.6	145.7	117.2
16	Other retail stores	256.3	351.6	309.9	302.6	244.0
17	Total, all stores	4,944.7	6,068.2	5,679.8	5,759.4	4,688.6

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
7.3	14.5	12.3	10.8	6.8	Saskatchewan			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-25.8	-26.3	-30.6	-22.2	-21.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-10.5	-15.8	-4.7	13.9	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-5.7	11.1	9.7	-19.6	-24.2	Magasins de chaussures	4		
-2.0	2.1	2.8	2.8	1.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
12.5	11.2	11.4	28.1	12.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
-21.5	-12.2	7.3	7.3	20.5	Autres magasins de vêtements	7		
7.6	5.0	5.1	-1.5	3.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
26.0	13.7	18.9	12.8	13.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
30.3	7.5	-0.4	2.2	3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-12.6	-26.9	-7.6	-4.8	0.1	Stations-service	11		
9.4	7.6	11.1	10.5	7.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
2.4	11.9	16.2	-11.9	-7.6	Magasins de marchandises diverses	13		
2.1	-1.6	-0.1	-13.9	-8.3	Autres magasins de produits semi-durables	14		
4.7	1.1	3.9	3.7	7.7	Autres magasins de produits durables	15		
9.3	4.5	6.9	5.0	4.8	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Alberta								
0.9	0.3	5.4	5.0	0.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
6.5	-1.1	0.2	-4.9	-9.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-5.0	-8.1	-0.4	22.9	17.8	Magasins de chaussures	4		
15.6	19.8	37.7	-0.7	-17.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-2.2	-11.3	0.8	14.3	11.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
15.0	9.3	15.0	14.0	16.9	Autres magasins de vêtements	7		
-8.4	-4.6	-0.4	-9.7	1.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
21.7	26.2	0.8	-7.6	-15.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
10.7	19.2	13.9	5.5	2.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
17.7	-11.3	-18.4	-13.2	-6.9	Stations-service	11		
-5.7	-22.5	-14.9	-16.5	-4.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.6	4.9	7.5	8.6	5.1	Magasins de marchandises diverses	13		
9.1	-9.8	-12.8	-4.4	-18.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
16.6	-0.9	-6.2	-3.0	3.7	Autres magasins de produits durables	15		
5.0	-1.7	4.8	10.3	11.3	Autres magasins de vente au détail	16		
5.5	1.5	2.9	1.5	0.1	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia					
1 Supermarkets and grocery stores	1,746.8	1,835.4	1,879.6	1,834.7	1,665.9
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	379.7	441.4	393.8	376.3	369.8
4 Shoe stores	39.3	52.4	51.6	53.0	40.6
5 Men's clothing stores	44.2	83.6	56.0	57.9	47.4
6 Women's clothing stores	106.2	174.2	152.9	144.9	107.9
7 Other clothing stores	124.9	208.2	169.5	146.6	126.3
8 Household furniture and appliance stores	297.6	413.7	350.7	304.4	299.4
9 Household furnishings stores	82.2	115.4	93.1	87.3	86.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,835.5	1,716.7	1,996.4	2,187.9	1,777.8
11 Gasoline service stations	476.9	504.9	559.9	529.8	452.7
12 Automotive parts, accessories and services	336.5	357.0	333.3	312.9	274.1
13 General merchandise stores	660.0	1,077.9	822.9	794.1	631.1
14 Other semi-durable goods stores	223.3	327.0	314.7	312.7	217.1
15 Other durable goods stores	200.9	286.0	248.6	236.5	200.7
16 Other retail stores	360.3	465.6	437.7	404.1	337.5
17 Total, all stores	7,029.0	8,192.4	7,988.3	7,919.4	6,755.3
Yukon and Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	38.3	40.5	42.2	38.8	33.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores	0.7	1.3	1.1	1.3	0.9
7 Other clothing stores
8 Household furniture and appliance stores	3.9	5.9	5.1	4.6	4.0
9 Household furnishings stores	1.0	1.3	1.3	1.1	1.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	21.0	20.4	22.0	23.7	17.1
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	45.9	55.4	52.2	53.9	44.6
14 Other semi-durable goods stores	5.7	8.3	7.7	6.9	4.8
15 Other durable goods stores	3.6	5.3	5.6	5.4	3.5
16 Other retail stores	7.9	10.9	11.1	10.0	7.5
17 Total, all stores	156.0	181.3	185.0	179.8	142.7

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
4.9	1.1	6.3	8.4	7.7	Colombie-Britannique			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
2.7	0.5	3.8	4.3	2.3	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-3.3	-12.0	-8.0	3.2	-1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-6.7	-3.1	6.6	16.2	17.0	Magasins de chaussures	4		
-1.6	3.0	14.9	21.7	14.3	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-1.1	-3.1	3.6	8.7	14.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
-0.6	-7.0	3.2	-2.5	3.6	Autres magasins de vêtements	7		
-5.2	5.2	-6.5	-2.0	-0.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
3.2	4.7	7.5	21.2	27.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
5.3	2.5	-0.3	9.4	8.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
22.7	13.0	5.5	1.9	-1.8	Stations-service	11		
4.6	5.2	10.7	8.7	4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
2.8	-8.3	5.4	4.6	0.8	Magasins de marchandises diverses	13		
0.1	-5.7	-2.7	-4.0	-6.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
6.8	-2.8	-2.0	2.2	2.1	Autres magasins de produits durables	15		
4.1	1.2	5.0	10.1	10.2	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Yukon et Territoires du Nord-Ouest								
13.7	-10.1	-6.1	-12.7	-11.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-26.7	-9.4	0.2	14.7	18.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
..	Autres magasins de vêtements	7		
-1.5	17.1	28.4	21.6	11.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-2.5	-8.1	-6.1	-13.0	-10.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
22.9	21.9	22.0	15.4	9.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
2.8	-3.8	7.9	4.4	2.0	Magasins de marchandises diverses	13		
18.2	1.6	4.9	13.1	14.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
4.5	-7.8	-15.6	-12.4	4.9	Autres magasins de produits durables	15		
6.4	1.8	4.9	11.4	-1.5	Autres magasins de vente au détail	16		
9.3	-1.1	4.1	2.8	-0.4	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
millions of dollars - millions de dollars					
Yukon					
1 Supermarkets and grocery stores	17.0	18.4	20.1	17.5	14.9
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4 Shoe stores	X	X	X	X	X
5 Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6 Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7 Other clothing stores	X	X	X	X	X
8 Household furniture and appliance stores
9 Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.9	7.1	7.4	10.1	6.2
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	X	X	X	X	X
14 Other semi-durable goods stores	2.1	3.5	4.1	3.2	2.1
15 Other durable goods stores
16 Other retail stores	X	X	X	X	X
17 Total, all stores	48.8	62.0	68.9	62.2	46.1
Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	21.3	22.1	22.1	21.4	18.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4 Shoe stores	X	X	X	X	X
5 Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6 Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7 Other clothing stores	X	X	X	X	X
8 Household furniture and appliance stores	1.4	2.2	1.7	1.8	1.4
9 Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14.1	13.3	14.6	13.6	10.9
11 Gasoline service stations	6.0	4.7	4.5	3.9	4.0
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	X	X	X	X	X
14 Other semi-durable goods stores	3.5	4.8	3.6	3.7	2.7
15 Other durable goods stores	1.9	2.4	2.2	2.7	1.8
16 Other retail stores	X	X	X	X	X
17 Total, all stores	107.2	119.3	116.1	117.6	96.6

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
14.1	40.8	38.5	24.9	20.3	Yukon			
...	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
X	X	X	X	X	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
...	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
11.2	9.0	15.7	16.2	17.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
...	Stations-service	11		
...	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
1.1	0.8	-3.2	4.9	10.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
...	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
5.9	14.2	16.3	12.1	8.0	Total, ensemble des magasins	17		
Territoires du Nord-Ouest								
13.4	-30.9	-27.4	-29.9	-26.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
...	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
0.6	23.6	-12.2	-11.5	-23.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
29.5	30.1	25.5	14.9	5.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
49.4	12.9	-9.9	-8.7	-6.4	Stations-service	11		
...	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
31.4	2.3	15.8	21.4	18.7	Autres magasins de produits semi-durables	14		
6.1	-12.2	-13.1	13.9	6.1	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
11.0	-7.5	-2.0	-1.5	-4.0	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.		Response fraction Fraction de réponse				
		March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	
Per cent - pourcentage						
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	92.6	96.0	95.0	95.2	
2	All other food stores	79.8	85.1	89.8	88.0	
3	Drugs and patent medicine stores	91.9	94.4	94.2	95.3	
4	Shoe stores	96.3	95.1	96.9	96.8	
5	Men's clothing stores	92.2	94.8	94.8	94.2	
6	Women's clothing stores	85.9	92.4	92.4	93.2	
7	Other clothing stores	86.5	93.4	92.4	93.3	
8	Household furniture and appliance stores	91.2	94.6	92.8	94.2	
9	Household furnishings stores	86.0	92.2	93.5	85.8	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.1	96.6	97.2	97.9	
11	Gasoline service stations	92.4	93.6	93.8	94.1	
12	Automotive parts, accessories and services	90.5	92.3	92.8	93.7	
13	General merchandise stores	99.6	99.6	99.5	99.6	
14	Other semi-durable goods stores	91.6	94.4	94.8	94.0	
15	Other durable goods stores	93.0	95.5	95.8	95.7	
16	Other retail stores	94.6	96.3	96.5	97.8	
17	Total, all stores	93.3	95.5	95.4	95.9	
Regions						
18	Newfoundland	94.4	96.7	96.9	96.7	
19	Prince Edward Island	91.2	92.2	94.5	95.0	
20	Nova Scotia	92.6	96.1	96.5	97.6	
21	New Brunswick	95.2	97.0	96.1	97.1	
22	Quebec	92.0	94.4	94.6	95.4	
23	Ontario	92.3	95.2	94.7	95.0	
24	Manitoba	93.4	96.2	96.7	96.8	
25	Saskatchewan	96.0	97.0	97.2	97.6	
26	Alberta	92.3	94.7	95.4	96.6	
27	British Columbia	97.4	97.7	97.5	97.2	
28	Yukon	87.2	87.3	91.6	93.4	
29	Northwest Territories	95.4	96.5	98.1	96.4	

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	
Per cent - pourcentage				
1.6	1.7	1.8	1.7	Groupe de commerce - Canada
6.0	9.8	13.2	9.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
1.9	2.8	2.9	2.6	Tous les autres magasins d'alimentation 2
3.8	4.0	3.2	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
4.1	4.1	4.7	3.9	Magasins de chaussures 4
3.3	3.1	3.2	3.6	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.9	5.4	5.4	3.3	Magasins de vêtements pour dames 6
2.7	2.7	3.0	3.2	Autres magasins de vêtements 7
5.6	4.0	5.1	6.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
4.6	4.0	4.9	4.7	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
3.0	3.0	3.2	3.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.0	3.1	3.3	2.8	Stations-service 11
0.5	0.6	0.7	0.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
2.8	2.8	5.2	3.0	Magasins de marchandises diverses 13
3.7	3.3	3.9	3.8	Autres magasins de produits semi-durables 14
4.1	3.0	6.3	1.5	Autres magasins de produits durables 15
1.3	1.2	1.4	0.9	Autres magasins de vente au détail 16
				Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.9	2.7	2.5	1.9	Terre-Neuve 18
2.2	2.4	2.5	2.6	Île-du-Prince-Édouard 19
4.7	4.8	4.3	2.3	Nouvelle-Écosse 20
2.2	2.4	2.8	2.2	Nouveau-Brunswick 21
1.9	1.8	2.0	1.7	Québec 22
3.3	2.7	3.3	2.1	Ontario 23
2.3	2.4	2.8	1.8	Manitoba 24
2.4	2.5	2.9	2.3	Saskatchewan 25
2.7	2.4	2.3	2.3	Alberta 26
1.9	1.8	1.7	1.4	Colombie-Britannique 27
1.1	1.2	1.3	1.1	Yukon 28
2.2	2.3	2.6	1.4	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,041.9	4,019.7	4,038.4	4,117.7	4,091.6	4,116.0	4,155.8
2 All other food stores	344.5	359.0	367.4	349.4	342.9	342.1	346.2
3 Drugs and patent medicine stores	1,036.5	1,035.8	1,027.3	1,031.3	1,017.0	1,006.5	1,002.6
4 Shoe stores	134.7	134.8	131.6	132.5	143.4	133.2	140.1
5 Men's clothing stores	125.9	128.8	129.0	130.7	129.7	131.6	134.1
6 Women's clothing stores	325.2	331.5	327.8	329.9	327.6	326.9	335.8
7 Other clothing stores	427.7	435.6	442.7	438.8	438.7	436.7	443.1
8 Household furniture and appliance stores	677.2	673.3	665.8	683.9	682.7	690.4	700.8
9 Household furnishings stores	183.7	192.1	196.4	196.7	194.4	192.3	192.5
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,284.5	4,287.2	4,212.4	4,177.1	4,164.0	4,191.2	4,241.7
11 Gasoline service stations	1,355.7	1,300.2	1,306.4	1,277.8	1,231.5	1,223.3	1,230.8
12 Automotive parts, accessories and service	980.0	1,001.2	1,020.0	974.0	976.6	932.9	947.9
13 General merchandise stores	1,930.5	1,934.8	1,926.8	1,914.3	1,901.7	1,901.2	1,902.9
14 Other semi-durable goods stores	595.6	591.4	604.2	572.5	576.3	580.6	616.2
15 Other durable goods stores	449.9	437.9	441.7	440.8	440.4	433.8	446.1
16 Other retail stores	959.0	969.6	972.4	923.5	973.2	946.9	947.1
17 Total, all stores	17,852.5	17,832.8	17,810.1	17,690.7	17,631.8	17,585.6	17,783.6
Regions							
18 Newfoundland	287.4	290.3	285.9	282.2	287.3	288.8	291.4
19 Prince Edward Island	81.3	80.3	76.6	79.1	78.9	77.5	77.5
20 Nova Scotia	563.7	569.0	549.4	536.6	520.1	516.0	527.6
21 New Brunswick	441.9	441.4	443.4	439.3	434.7	430.0	435.5
22 Quebec	4,166.2	4,187.1	4,216.2	4,189.3	4,220.3	4,186.7	4,174.5
23 Ontario	6,498.5	6,431.9	6,554.3	6,485.2	6,439.5	6,401.6	6,616.4
24 Manitoba	637.5	621.7	635.8	612.3	603.8	618.2	623.3
25 Saskatchewan	577.7	570.9	571.6	564.3	560.4	567.0	558.1
26 Alberta	1,900.5	1,930.5	1,847.1	1,867.1	1,870.0	1,886.8	1,858.0
27 British Columbia	2,635.6	2,648.9	2,571.6	2,576.3	2,560.4	2,554.6	2,563.4
28 Yukon	21.3	19.5	19.0	20.8	20.3	20.9	20.4
29 Northwest Territories	40.9	41.2	39.1	38.2	36.1	37.5	37.5

**TABLEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars		N°
millions of dollars - millions de dollars						Groupe de commerce - Canada	
4,150.3	4,168.0	4,153.6	4,178.6	4,191.4	4,148.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
338.4	338.5	343.5	350.4	353.6	351.0	Tous les autres magasins d'alimentation	2
987.6	988.3	984.9	988.5	985.5	979.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
143.3	144.4	152.4	147.8	136.9	150.2	Magasins de chaussures	4
136.3	138.4	139.3	136.3	136.2	137.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
339.7	343.7	365.4	349.1	332.1	345.0	Magasins de vêtements pour dames	6
439.5	437.8	436.1	437.5	441.0	435.7	Autres magasins de vêtements	7
706.5	703.6	699.0	712.3	729.0	736.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
188.6	186.1	188.2	188.7	190.6	191.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,278.4	4,123.7	4,169.8	4,045.0	4,009.5	4,024.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,226.8	1,234.9	1,230.1	1,235.3	1,197.3	1,180.2	Stations-service	11
962.5	954.4	952.4	935.0	901.8	938.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,909.3	1,899.6	1,909.9	1,891.7	1,855.2	1,861.3	Magasins de marchandises diverses	13
606.0	605.1	600.1	601.6	589.8	586.5	Autres magasins de produits semi-durables	14
452.9	470.7	461.4	462.7	469.2	479.9	Autres magasins de produits durables	15
943.9	940.5	931.8	940.4	930.5	897.4	Autres magasins de vente au détail	16
17,810.0	17,677.7	17,717.7	17,600.9	17,449.4	17,443.2	Total, ensemble des magasins	17
Régions							
292.6	293.7	290.2	291.8	298.0	289.9	Terre-Neuve	18
77.6	75.8	76.7	75.6	73.0	73.0	Île-du-Prince-Édouard	19
529.9	523.9	530.9	533.7	536.8	528.8	Nouvelle-Écosse	20
432.5	428.1	425.2	417.8	411.9	409.9	Nouveau-Brunswick	21
4,146.6	4,117.3	4,061.8	4,076.5	4,074.3	4,081.7	Québec	22
6,628.6	6,574.6	6,615.3	6,561.8	6,419.4	6,522.5	Ontario	23
623.9	624.7	621.9	618.7	605.5	600.9	Manitoba	24
560.6	555.7	554.4	545.3	536.9	523.7	Saskatchewan	25
1,876.2	1,855.5	1,859.6	1,855.1	1,828.0	1,798.6	Alberta	26
2,582.4	2,571.4	2,624.1	2,567.2	2,608.3	2,557.2	Colombie-Britannique	27
21.1	19.6	19.7	19.8	19.4	19.3	Yukon	28
38.0	37.5	37.9	37.7	37.9	37.7	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,041.7	3,760.9	3,768.1	4,512.6	4,008.3	3,931.6	4,304.5
2 All other food stores	335.9	317.7	307.1	427.0	318.4	324.0	346.1
3 Drugs and patent medicine stores	1,009.7	977.0	993.2	1,276.4	1,026.6	1,015.3	993.6
4 Shoe stores	111.9	82.1	96.0	179.8	171.3	141.3	160.1
5 Men's clothing stores	95.8	82.4	99.0	279.2	159.2	129.4	128.8
6 Women's clothing stores	273.7	224.6	232.4	561.4	353.0	325.1	368.6
7 Other clothing stores	362.7	292.7	318.5	763.7	511.8	448.5	499.1
8 Household furniture and appliance stores	622.5	549.3	557.2	1,003.6	758.5	723.9	739.7
9 Household furnishings stores	165.2	151.3	156.9	245.3	218.2	200.5	201.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,338.9	3,619.5	3,389.1	3,349.5	3,916.8	4,117.4	4,158.9
11 Gasoline service stations	1,285.1	1,183.8	1,217.9	1,261.1	1,232.1	1,248.1	1,241.6
12 Automotive parts, accessories and service	867.0	795.0	857.2	1,053.8	1,102.3	951.5	921.3
13 General merchandise stores	1,652.9	1,407.8	1,386.6	3,296.4	2,389.5	1,939.6	1,837.5
14 Other semi-durable goods stores	462.4	428.3	435.9	901.0	614.7	550.3	622.6
15 Other durable goods stores	367.5	326.0	340.8	851.2	458.8	380.6	428.5
16 Other retail stores	836.5	757.8	722.1	1,424.4	964.8	889.9	969.9
17 Total, all stores	16,829.6	14,956.3	14,878.1	21,386.4	18,204.5	17,317.0	17,921.6
Regions							
18 Newfoundland	268.4	236.2	223.7	354.2	307.2	283.9	294.5
19 Prince Edward Island	70.1	63.4	59.8	94.1	80.9	74.7	78.8
20 Nova Scotia	530.2	469.5	450.7	660.5	543.5	503.0	527.8
21 New Brunswick	406.8	360.8	357.0	531.2	461.6	424.9	440.6
22 Quebec	3,942.8	3,447.7	3,481.7	4,759.9	4,303.5	4,086.6	4,196.2
23 Ontario	6,041.8	5,430.1	5,513.7	8,036.4	6,792.3	6,316.2	6,674.9
24 Manitoba	609.3	524.8	529.0	767.2	626.8	614.0	621.0
25 Saskatchewan	547.8	479.7	489.0	685.6	584.2	573.4	551.3
26 Alberta	1,800.7	1,607.6	1,536.3	2,296.7	1,908.3	1,863.3	1,856.8
27 British Columbia	2,553.0	2,285.9	2,190.2	3,132.5	2,539.6	2,520.2	2,621.9
28 Yukon	18.8	15.3	14.7	22.4	19.5	20.1	20.8
29 Northwest Territories	39.8	35.3	32.2	45.5	37.1	36.7	37.2

TABLEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year 1996 Année	N°
millions of dollars - millions de dollars							
							Groupe de commerce - Canada
4,269.2	4,308.7	4,394.4	4,247.5	4,134.9	4,158.9	11,570.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
352.4	359.6	373.1	364.1	367.6	337.1	960.7	Tous les autres magasins d'alimentation 2
983.0	936.9	986.2	980.9	938.2	977.9	2,980.0	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
150.2	132.9	162.6	161.6	140.6	122.3	290.1	Magasins de chaussures 4
114.0	118.5	152.4	135.7	125.1	104.9	277.2	Magasins de vêtements pour hommes 5
335.0	326.9	382.7	368.5	317.3	289.9	730.7	Magasins de vêtements pour dames 6
472.4	386.3	426.1	401.1	397.5	369.5	974.0	Autres magasins de vêtements 7
726.8	695.2	696.3	652.8	670.0	677.6	1,729.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
198.8	190.6	200.6	192.7	173.8	177.2	473.4	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,431.5	4,249.6	5,156.6	5,095.9	4,308.5	4,349.0	11,347.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,345.9	1,356.1	1,314.9	1,259.9	1,098.3	1,130.4	3,686.8	Stations-service 11
981.8	987.3	1,077.4	1,054.2	876.3	864.4	2,519.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,881.9	1,713.3	1,865.6	1,821.6	1,697.6	1,608.7	4,447.3	Magasins de marchandises diverses 13
644.9	615.0	649.5	687.6	531.9	459.2	1,326.7	Autres magasins de produits semi-durables 14
474.3	472.1	473.8	456.2	421.6	386.8	1,034.2	Autres magasins de produits durables 15
1,007.7	1,024.5	1,003.2	945.0	853.8	778.1	2,316.4	Autres magasins de vente au détail 16
18,369.9	17,873.4	19,315.5	18,825.2	17,052.8	16,792.0	46,664.0	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
311.6	304.7	314.0	302.6	286.6	275.5	728.3	Terre-Neuve 18
88.4	85.9	87.0	78.8	66.3	63.7	193.3	Île-du-Prince-Édouard 19
550.5	536.6	587.4	561.1	524.8	502.0	1,450.4	Nouvelle-Écosse 20
453.4	444.0	463.2	440.4	394.8	383.3	1,124.7	Nouveau-Brunswick 21
4,305.1	4,173.1	4,501.2	4,565.0	4,163.2	3,965.7	10,872.3	Québec 22
6,740.8	6,542.1	7,257.3	6,982.5	6,167.4	6,228.6	16,985.6	Ontario 23
634.1	622.5	669.8	647.2	591.9	573.9	1,663.1	Manitoba 24
574.7	559.4	596.0	566.9	519.5	501.8	1,516.5	Saskatchewan 25
1,941.6	1,881.4	2,015.7	1,954.0	1,789.8	1,735.8	4,944.7	Alberta 26
2,706.1	2,660.4	2,759.1	2,666.6	2,493.7	2,507.8	7,029.0	Colombie-Britannique 27
24.5	23.6	23.3	21.2	17.8	17.4	48.8	Yukon 28
39.1	39.8	41.5	39.0	37.1	36.5	107.2	Territoires du Nord-Ouest 29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	Year-to-date 1996 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Regions					
Newfoundland	76.0	65.1	64.4	157.4	205.4
Prince Edward Island	19.0	17.1	17.4	40.0	53.6
Nova Scotia	145.8	130.0	127.1	297.5	403.0
New Brunswick	123.9	113.9	115.9	243.4	353.7
Quebec	1,213.4	1,059.5	1,100.2	2,004.8	3,373.0
Ontario	1,860.9	1,653.6	1,709.3	3,551.3	5,223.9
Manitoba	175.4	149.7	147.6	329.0	472.7
Saskatchewan	145.8	128.3	136.7	277.6	410.8
Alberta	561.2	496.4	480.9	1,025.3	1,538.5
British Columbia	777.0	685.5	695.9	1,395.3	2,158.3
Yukon	5.3	4.2	4.0	8.8	13.5
Northwest Territories	20.7	18.2	17.2	27.5	56.2
Total	5,124.4	4,521.5	4,616.6	9,357.9	14,262.5

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre
	millions of dollars - millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	76.0	65.1	64.4	157.4	122.8	98.4	93.1
Prince Edward Island	19.0	17.1	17.4	40.0	27.2	22.7	23.7
Nova Scotia	145.8	130.0	127.1	297.5	209.5	168.5	168.4
New Brunswick	123.9	113.9	115.9	243.4	184.2	148.6	142.6
Quebec	1,213.4	1,059.5	1,100.2	2,004.8	1,520.5	1,393.1	1,427.8
Ontario	1,860.9	1,653.6	1,709.3	3,551.3	2,521.1	2,149.0	2,253.4
Manitoba	175.4	149.7	147.6	329.0	227.2	200.9	193.0
Saskatchewan	145.8	128.3	136.7	277.6	200.4	182.8	171.0
Alberta	561.2	496.4	480.9	1,025.3	690.4	610.3	602.0
British Columbia	777.0	685.5	695.9	1,395.3	931.2	853.4	876.6
Yukon	5.3	4.2	4.0	8.8	6.2	6.2	6.7
Northwest Territories	20.7	18.2	17.2	27.5	20.8	20.7	21.2
Total	5,124.4	4,521.5	4,616.6	9,357.9	6,661.6	5,854.5	5,979.4

TABLEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year					
Variation par rapport à l'année précédente					
March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-3.7	--	-4.2	-7.3	-2.7	Régions
2.9	8.5	8.1	5.8	6.3	Terre-Neuve
3.0	8.8	1.1	-2.2	4.2	Île-du-Prince-Édouard
6.6	14.6	13.8	6.3	11.4	Nouvelle-Écosse
1.5	9.5	4.1	-2.2	4.7	Nouveau-Brunswick
-4.8	--	-1.0	-4.6	-2.1	Québec
-1.1	4.7	-0.3	0.2	0.9	Ontario
-3.0	-1.9	-4.1	-2.2	-3.1	Manitoba
4.8	10.8	0.2	0.5	5.1	Saskatchewan
-0.3	4.9	0.2	-0.3	1.5	Alberta
3.0	-8.4	-4.8	2.3	-3.1	Colombie-Britannique
2.8	5.9	2.6	0.2	3.7	Yukon
-1.0	4.7	0.8	-2.3	1.3	Territoires du Nord-Ouest
					Total

TABLEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	March 1995 Mars	Year 1996 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
95.2	88.4	92.7	87.7	85.3	78.9	205.4	Terre-Neuve
27.4	25.5	24.2	22.2	19.8	18.5	53.6	Île-du-Prince-Édouard
172.7	157.8	165.4	160.4	151.9	141.5	403.0	Nouvelle-Écosse
147.8	130.6	141.0	135.2	120.8	116.2	353.7	Nouveau-Brunswick
1,415.6	1,341.0	1,462.5	1,466.0	1,312.6	1,195.8	3,373.0	Québec
2,157.4	2,027.7	2,232.2	2,151.3	2,010.3	1,955.6	5,223.9	Ontario
204.3	185.5	199.2	192.4	180.6	177.4	472.7	Manitoba
179.8	161.5	180.6	170.5	160.2	150.4	410.8	Saskatchewan
633.8	583.1	604.9	590.8	549.2	535.6	1,538.5	Alberta
918.8	858.5	864.0	853.9	795.9	779.0	2,158.3	Colombie-Britannique
7.4	7.0	6.7	6.0	5.3	5.1	13.5	Yukon
21.2	21.0	22.4	22.3	21.8	20.1	56.2	Territoires du Nord-Ouest
5,981.3	5,587.5	5,995.8	5,858.6	5,413.5	5,174.1	14,262.5	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

			Unadjusted Non désaisonnalisé		
	Price index Indice des prix	Current dollars Dollars courants	Year/year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1986 dollars Dollars constants 1986	Year/year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.5	14,446.3	4.9	12,296.7	3.7
February	118.2	14,017.7	3.6	11,862.5	1.9
March	118.7	16,792.0	2.3	14,149.0	-0.3
April	118.9	17,052.8	0.1	14,340.4	-2.6
May	119.5	18,825.2	4.7	15,757.5	1.4
June	119.3	19,315.5	4.2	16,191.0	1.4
July	119.0	17,873.4	1.5	15,021.0	-0.8
August	118.5	18,369.9	5.5	15,505.1	3.5
September	118.4	17,921.6	2.9	15,133.0	0.7
October	118.2	17,317.0	-0.2	14,655.6	-2.5
November	118.3	18,204.5	1.5	15,391.9	-0.1
December	117.6	21,386.4	-2.3	18,184.5	-3.6
Year	118.5	211,522.3	2.3	178,488.2	0.1
1996:					
January	119.2	14,878.1	3.0	12,481.0	1.5
February	119.7	14,956.3	6.7	12,492.5	5.3
March	120.4	16,829.6	0.2	13,973.0	-1.2
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1994:
115.8	16,638.0	0.7	14,365.4	1.1	Janvier
115.7	16,957.8	1.9	14,657.7	2.0	Février
115.1	17,226.5	1.6	14,964.1	2.1	Mars
115.3	17,016.5	-1.2	14,758.7	-1.4	Avril
115.5	17,130.0	0.7	14,827.4	0.5	Mai
115.8	17,294.4	1.0	14,929.8	0.7	Juin
116.1	17,175.3	-1.9	14,792.9	-0.9	Juillet
116.5	17,244.0	0.4	14,804.9	0.1	Août
116.6	17,272.6	0.2	14,812.5	0.1	Septembre
116.4	17,600.1	1.9	15,117.7	2.1	Octobre
116.8	17,584.4	-0.1	15,056.7	-0.4	Novembre
117.0	17,721.1	0.8	15,151.8	0.6	Décembre
116.1	206,861.0	...	178,239.6	...	Année
					1995:
117.3	17,583.6	-0.8	14,985.7	-1.1	Janvier
117.6	17,539.7	-0.2	14,913.1	-0.5	Février
118.0	17,443.2	-0.6	14,786.7	-0.8	Mars
118.4	17,449.4	--	14,731.5	-0.4	Avril
119.1	17,600.9	0.9	14,780.8	0.3	Mai
119.0	17,717.7	0.7	14,888.4	0.7	Juin
118.9	17,677.7	-0.2	14,867.2	-0.1	Juillet
118.8	17,810.0	0.7	14,988.8	0.7	Août
119.1	17,783.6	-0.4	14,929.8	-0.4	Septembre
119.1	17,585.6	-1.1	14,770.4	-1.1	Octobre
118.8	17,631.8	0.3	14,835.6	0.4	Novembre
121.0	17,690.7	0.3	14,849.1	0.1	Décembre
118.8	211,513.9	...	178,327.1	...	Année
					1996:
119.0	17,810.1	0.7	14,970.4	0.8	Janvier
119.1	17,832.8	0.1	14,972.1	--	Février
119.6	17,852.5	0.1	14,922.3	-0.3	Mars
					Avril
					Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II

TRADE GROUP COVERAGE

010 Supermarkets and Grocery Stores

6011 Supermarkets
6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

6013 Bakery products stores
6014 Candy and nut stores
6015 Fruit and vegetable stores
6016 Meat markets
6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

6031 Pharmacies
6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

6141 Children's clothing stores
6142 Fur goods stores
6149 Other clothing stores, n.e.c.
6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213 Furniture refinishing and repair shops
6221 Appliance, television, radio and stereo stores
6222 Television, radio and stereo stores
6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

6231 Floor covering stores
6232 Drapery stores
6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

6311 Automobile (new) dealers
6312 Automobile (used) dealers
6321 Motor home and travel trailer dealers
6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323 Motorcycle and snowmobile dealers
6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II

COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE

010 Supermarchés d'alimentation et épiceries

6011 Supermarchés d'alimentation
6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

6013 Boulangeries-pâtisseries
6014 Confiseries et magasins de noix
6015 Magasins de fruits et légumes
6016 Marchés de viande
6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

6031 Pharmacies
6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

6141 Magasins de vêtements pour enfants
6142 Magasins de fourrures
6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213 Ateliers de réparation de meubles
6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

6231 Magasins de revêtements de sol
6232 Magasins de tentures
6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage
6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations	110 Stations-service
6331 Gasoline service stations	6331 Stations-service
120 Automotive Parts, Accessories and Services	120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Home and auto supply stores	6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Tire, battery, parts and accessories stores	6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (general repairs)	6351 Garages (réparations générales)
6352 Paint and body repair shops	6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Muffler replacement shops	6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Motor vehicle glass replacement shops	6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Other motor vehicle repair shops	6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Car washes	6391 Lave-autos
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.	6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
130 General Merchandise Stores	130 Magasins de marchandises diverses
6441 Department stores	6441 Magasins à rayons
6442 General stores	6442 Magasins généraux
6443 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6443 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140 Other Semi-Durable Goods Stores	140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Book and stationery stores	6511 Librairies et papeteries
6521 Florist shops	6521 Fleuristes
6522 Lawn and garden centres	6522 Centres de jardinage
6531 Hardware stores	6531 Quincailleries
6532 Paint, glass and wallpaper stores	6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Toy and hobby stores	6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Gift, novelty and souvenir stores	6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
150 Other Durable Goods Stores	150 Autres magasins de produits durables
6541 Sporting goods stores	6541 Magasins d'articles de sport
6542 Bicycle shops	6542 Magasins de bicyclettes
6551 Musical instrument stores	6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Record and tape stores	6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Jewellery stores	6561 Bijouteries
6562 Watch and jewellery repair shops	6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Camera and photographic supply stores	6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
160 Other Retail Stores	160 Autres magasins de vente au détail
6021 Liquor stores	6021 Magasins de spiritueux
6022 Wine stores	6022 Magasins de vin
6023 Beer stores	6023 Magasins de bière
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticians' shops	6592 Opticiens
6593 Art galleries and artists' supply stores	6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Luggage and leather goods stores	6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Monument and tombstone dealers	6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Pet stores	6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Coin and stamp dealers	6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Mobile home dealers	6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Other retail stores, n.e.c.	6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:	PHONE:	FAX TO:	METHOD OF PAYMENT:				
 Statistics Canada Operations and Integration Circulation Management 120 Parkdale Avenue Ottawa, Ontario Canada K1A 0T6 <i>(Please print)</i>			 1-800-267-6677  (613) 951-1584 Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.  INTERNET: order@statcan.ca				
Company Department Attention Title Address City Province Postal Code Phone Fax							
Please ensure that all information is completed.							
Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscriptions	Annual Subscription or Book Price			Quantity	Total
			Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$		
► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.							
► GST Registration # R121491807							
► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.							
► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.							
						SUBTOTAL	
						DISCOUNT (if applicable)	
						GST (7%) and applicable PST (Canadian clients only)	
						GRAND TOTAL	
PF 093238							

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

SERVICES INDICATORS

For and About Businesses Serving the Business of Canada...

At last, current data and expert analysis on this VITAL sector in one publication!

The services sector now dominates the industrial economies of the world. Telecommunications, banking, advertising, computers, real estate, engineering and insurance represent an eclectic range of services on which all other economic sectors rely.

Despite their critical economic role, however, it has been hard to find out what's happening in these industries. Extensive and time-consuming efforts have, at best, provided a collection of diverse bits and pieces of information... an incomplete basis for informed understanding and effective action.

Now, instead of this fragmented picture, *Services Indicators* brings you a cohesive whole. An innovative quarterly from Statistics Canada, this publication **breaks new ground**, providing timely updates on performance and developments in:

■ Communications

■ Finance, Insurance and Real Estate

■ Business Services

Services Indicators brings together analytical tables, charts, graphs and commentary in a stimulating and inviting format. From a wide range of key financial indicators including profits, equity, revenues, assets and liabilities, to trends and analysis of employment, salaries and output – PLUS a probing feature article in every issue, *Services Indicators* gives you the complete picture for the first time!

Finally, anyone with a vested interest in the services economy can go to *Services Indicators* for current information on these industries... both at-a-glance and in more detail than has ever been available before – all in one unique publication.

If your business is serving business in Canada, or if you are involved in financing, supplying, assessing or actually using these services, *Services Indicators* is a turning point – an opportunity to forge into the future armed with the most current insights and knowledge.

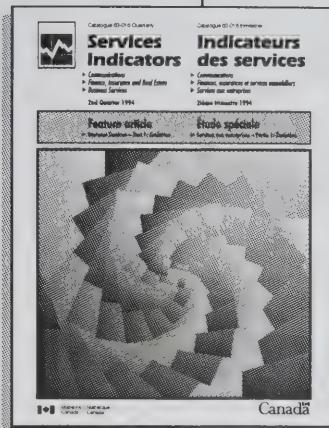
Order YOUR subscription to *Services Indicators* today!

Services Indicators (catalogue no. 63-0160XPB) is \$112 (plus 7% GST and applicable PST) in Canada, US\$135 in the United States and US\$157 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call 1-800-267-6677 toll-free in Canada and the United States [1-613-951-7277 elsewhere] and charge to your VISA or MasterCard.

Via Internet: order@statcan.ca



INDICATEURS DES SERVICES

Au sujet des entreprises au service des affaires du Canada et à leur intention...

Enfin regroupées en une publication, des données courantes et des analyses éclairées sur ce secteur ESSENTIEL!

Le secteur des services domine à l'heure actuelle les économies industrielles du monde. Les télécommunications, les opérations bancaires, la publicité, l'informatique, l'immobilier, le génie et l'assurance représentent une gamme éclectique de services sur lesquels reposent tous les autres secteurs économiques.

En dépit de leur rôle critique sur le plan économique, il est toutefois difficile de savoir ce qui se passe dans ces branches d'activité. Des efforts considérables et fastidieux ont permis, au mieux, de rassembler une collection de renseignements fragmentaires divers... qui ne favorisent pas la compréhension avisée et la prise de mesures efficaces.

Remplacez maintenant ce tableau fragmentaire par l'image cohérente que vous offre *Indicateurs des services*. Cette publication trimestrielle innovatrice de Statistique Canada pénètre dans un domaine inexploré, fournissant des aperçus opportuns du rendement et des progrès dans les domaines suivants :

■ Communications

■ Finance, assurance et immobilier

■ Services aux entreprises

Indicateurs des services rassemble des tableaux analytiques, des diagrammes, des graphiques et des observations en un mode de présentation stimulant et attrayant. En puisant à même une vaste gamme d'indicateurs financiers importants, allant notamment des profits, des capitaux propres, des recettes, de l'actif et du passif aux tendances et analyses de l'emploi, des salaires et de l'extrant – à laquelle s'ajoute un article de fond exploratif dans chaque numéro, *Indicateurs des services* brosse pour la première fois un tableau complet!

Enfin, quiconque s'intéresse au secteur des services peut consulter *Indicateurs des services* pour trouver des renseignements courants sur ces branches d'activité... tant sous une forme sommaire qu'à un niveau de détail n'ayant jamais encore été offert – et ce, dans une même publication.

Si vous êtes de ceux qui fournissent des services aux entreprises canadiennes, ou si vous financez, fournissez ou évaluez ces services ou y avez en fait recours, *Indicateurs des services* représente un tournant – une chance de s'aventurer dans l'avenir en étant armé des réflexions et connaissances les plus actuelles.

Commandez dès aujourd'hui VOTRE abonnement à *Indicateurs des services*!

Indicateurs des services (n° 63-0160XPB au catalogue) coûte 112 \$ (plus 7 % de TPS et la TVP en vigueur) au Canada, 135 \$ US aux États-Unis et 157 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste qui figure dans la présente publication).

Si vous préférez, vous pouvez télécopier votre commande en composant le 1-613-951-1584 ou téléphoner sans frais du Canada et des États-Unis au 1-800-267-6677 [ou d'ailleurs, au 1-613-951-7277] et porter les frais à votre compte VISA ou MasterCard.

Via l'Internet: order@statcan.ca

- Identify Emerging Trends
- Define New Markets
- Pinpoint Profit Opportunities

- Dégagez les nouvelles tendances
- Définissez les nouveaux marchés
- Déterminez les possibilités de profit

1 To safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
 - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
 - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
 - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product, Labour Force Productivity, Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST and applicable PST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584 and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication. Via Internet: order@statcan.ca



12 Pour maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien. Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brossé un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
 - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
 - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
 - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS et la TVP en vigueur, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.

Via l'Internet: order@statcan.ca

Catalogue no. 63-005-XPB

N° 63-005-XPB au catalogue



Retail Trade

April 1996

Commerce de détail

Avril 1996



Statistics
Canada Statistique
Canada

Canadä

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone:
(1-613-951-3551) or to the Statistics Canada
reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National Enquiries Line	1-800-263-1136
National Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
National Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimés d'ordinateur, microfiches et microfilms et bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone:
(1-613-951-3551) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des Centres régionaux de consultation.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Service national du numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

April 1996

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Avril 1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission
from Licence Services, Marketing Division,
Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0T6.

July 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue,
\$200.00 annually

United States: US\$24.00 per issue,
US\$240.00 annually

Other Countries: US\$28.00 per issue,
US\$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 68, No. 4

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvrement
sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juillet 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année

États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année

Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 68, no. 4

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

©

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

©

TABLE OF CONTENTS**Highlights****Charts****For Further Reading****Table**

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates) 6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods) 20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods) 26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates) 26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates 28

Appendix**I. Definitions****II. Trade Group Coverage****TABLE DES MATIÈRES****PAGE**

- | | | |
|------------|---------------------------|------------|
| v | Faits saillants | v |
| vii | Graphiques | vii |
| ix | Lectures suggérées | ix |

Tableau

- | | | |
|----|--|----|
| 2 | 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes) | 2 |
| 4 | 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes) | 4 |
| 6 | 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles) | 6 |
| 20 | 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes) | 20 |
| 22 | 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques) | 22 |
| 24 | 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques) | 24 |
| 26 | 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes) | 26 |
| 26 | 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques) | 26 |
| 28 | 9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986) | 28 |

Appendice**I. Définitions****II. Couverture des groupes de commerce****PAGE****v****vii****ix**

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Total retail sales remained unchanged in April 1996 at \$17.8 billion, somewhat higher (+0.2%) than January 1996, but essentially at the level reached by the middle of 1995. This contrasts with the sustained growth of retail sales in the three previous years.

Most provinces east of Ontario had lower sales in April, while western provinces posted increases. Sales in British Columbia remained unchanged.

Mixed sector patterns in April

Retailers recorded higher sales in four of the seven sectors, accounting for almost 60% of total sales. Increasing the most in dollar terms were the automotive (+0.7%), clothing (+1.6%) and general merchandise (+0.5%) sectors. The furniture sector (-4.3%) reported the most significant decline among the three sectors that lost ground in April.

Sales in the automotive sector (which includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and service outlets) rose 0.7%, a sixth consecutive monthly gain. This rise was due to higher sales by gasoline service stations. Their sales advanced 2.6% in April following a 4.2% rise in March. This was mainly attributable to two consecutive increases in the price of gas (+3.9% in April and +3.5% in March).

Retailers of motor vehicle and recreational vehicle dealers did not record as good a performance as gas stations did. Sales increased 0.3% offsetting the 0.2% decline in March. The gain came in spite of a significant decline in the number of new motor vehicles sold. The increase was due to higher sales of used cars, recreational vehicles, and parts and repairs by new car dealers.

Spending in the clothing sector was also higher in April as sales advanced 1.6%, almost offsetting the loss in March (-1.8%). Sales in the clothing sector have slowed in recent months after posting strong growth since early 1994. The other

FAITS SAILLANTS

Les dépenses des consommateurs dans les magasins de détail sont demeurées inchangées en avril, pour se fixer à 17.8 milliards de dollars, à peine au-dessus (+0.2%) de la valeur enregistrée en janvier 1996, mais demeurant à un niveau très semblable à celui atteint au milieu de 1995. Cela fait contraste avec la croissance soutenue des ventes au détail pendant les trois années précédentes.

La plupart des provinces situées à l'est de l'Ontario ont accusé une baisse des ventes en avril, tandis que celles situées à l'ouest ont affiché une hausse. En Colombie-Britannique, le niveau des ventes n'a pas bougé.

Profils variables selon les secteurs en avril

Les détaillants dans quatre des sept secteurs, qui représentent presque 60% des ventes totales, ont enregistré des ventes plus fortes. Ce sont les secteurs de l'automobile (+0.7%), du vêtement (+1.6%) et des magasins de marchandises diverses (+0.5%) qui ont vu la valeur de leurs ventes augmenter le plus. Des trois secteurs qui ont perdu du terrain en avril, c'est le secteur de l'ameublement qui a déclaré la baisse la plus importante (-4.3%).

Les ventes du secteur de l'automobile (y compris les concessionnaires de véhicules neufs et d'occasion, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services) ont augmenté de 0.7%, ce qui représente la sixième hausse mensuelle consécutive. Cette hausse est attribuable aux ventes plus élevées dans les stations-service. En avril, elles ont gagné 2.6%, après une croissance de 4.2% en mars. Ces résultats sont attribuables principalement à deux relèvements consécutifs du prix de l'essence (+3.9% en avril et +3.5% en mars).

Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs n'ont pas rapporté une aussi bonne performance que l'ont fait les stations-service. Les ventes n'ont augmenté que de 0.3%, contrebalançant du même coup la baisse de 0.2% en mars. Ce gain a été réalisé malgré la baisse significative du nombre de véhicules neufs vendus. Il est attribuable à la hausse des ventes des automobiles d'occasion ainsi qu'à celles des véhicules récréatifs et des pièces et des services de réparation des concessionnaires de véhicules neufs.

Les dépenses de consommation ont également augmenté dans le secteur du vêtement, où l'on enregistre une hausse des ventes de 1.6%, qui compense presque entièrement la baisse de 1.8% enregistrée en mars. Les ventes du secteur du vêtement ont ralenti ces derniers mois, après une croissance vigoureuse

clothing stores category increased significantly this month (+4.9%), offsetting declines in February and March 1996. Purchases in women's clothing stores also advanced 0.3% after a decline of 1.7% in March. However, purchases in men's clothing stores remained weak. In fact, since July 1995, sales grew only in December 1995 (+0.8%), declining in all other months.

Retailers in the furniture sector experienced another severe drop following increases in February (+0.2%) and March 1996 (+0.5%). In April 1996, sales fell 4.3%, more than offsetting the last two increases. The trend in the furniture sector has been decreasing since February 1995 after strong and steady growth in 1994.

Food store sales have had a downward trend since April 1995. Drug store sales have increased since April 1995, offsetting poor sales between September 1994 and March 1995. The trend in the general merchandise sector has been increasing steadily since mid-1993.

Declines east of Ontario offset increases in western provinces

Among the eight provinces and territories where retailers rang up higher sales in April, the strongest gains in dollar terms were in Alberta (+0.4%), Manitoba (+1.0%) and New Brunswick (+1.3%). Lower sales in Quebec (-0.3%), Nova Scotia (-2.7%) and Prince Edward Island (-0.8%), countered these gains.

Retail sales in Quebec, which fell throughout most of 1995, continued to weaken. Sales dropped 0.3% in April, a third consecutive monthly decline. Sales also dropped in Nova Scotia (-2.7%) after a 1.8% decline in March. These two declines in sales partly offset the strong start Nova Scotia retailers had this year.

In western Canada, all provinces recorded increases except British Columbia, where sales remained unchanged. Sales advanced 0.4% in Alberta after a 1.9% drop last month. Manitoba and Saskatchewan showed a similar pattern of two consecutive monthly increases.

qui a débuté en 1994. La catégorie des autres magasins de vêtement a connu un regain considérable (+4.9%) ce mois-ci, qui compense les baisses de février et de mars. Les achats de vêtements pour dames ont progressé de 0.3% après un recul de 1.7% en mars. Par contre, les ventes dans les magasins de vêtements pour hommes sont demeurées faibles. En fait, depuis juillet 1995, elles ont augmenté uniquement en décembre 1995 (+0.8%) et ont diminué tous les autres mois.

Les détaillants du secteur de l'ameublement ont de nouveau vu leurs ventes baisser fortement après une augmentation en février (+0.2%) et en mars (+0.5%). La baisse d'avril a fait tomber les ventes de 4.3%, contrebalançant du même coup ces deux dernières hausses. La tendance des ventes est à la baisse dans le secteur de l'ameublement depuis février 1995, après une croissance vigoureuse et soutenue en 1994.

Les ventes des magasins d'alimentation sont à la baisse depuis avril 1995. Les ventes des pharmacies, quant à elles, augmentent depuis avril 1995, compensant ainsi les faibles résultats enregistrés de septembre 1994 à mars 1995. Dans le secteur des magasins de marchandises diverses, on observe une tendance à la hausse soutenue depuis le milieu de 1993.

Le recul des ventes à l'est de l'Ontario compense l'avance enregistrée dans les provinces de l'Ouest

Des huit provinces et territoires où les détaillants ont bénéficié de plus fortes ventes en avril, ce sont l'Alberta (+0.4%), le Manitoba (+1.0%) et le Nouveau-Brunswick (+1.3%) qui enregistrent les gains les plus importants en dollars. Le fléchissement des ventes au Québec (-0.3%), en Nouvelle-Écosse (-2.7%) et l'Île-du-Prince-Édouard (-0.8%) neutralise ces gains.

Au Québec, les ventes au détail, qui ont baissé pratiquement durant toute l'année 1995, continuent de flétrir. Elles ont diminué de 0.3% en avril, ce qui constitue la troisième baisse mensuelle consécutive. Les ventes ont aussi diminué en Nouvelle-Écosse (-2.7%), après un recul de 1.8% en mars. Ces deux baisses consécutives annulent en partie le démarrage solide qu'ont connu les détaillants en Nouvelle-Écosse cette année.

Dans l'ouest du Canada, toutes les provinces affichent une hausse, sauf la Colombie-Britannique, où les ventes n'ont pas changé. En Alberta, elles ont progressé de 0.4%, après une baisse de 1.9% le mois précédent. Enfin, au Manitoba et en Saskatchewan, on note une même tendance, à savoir deux hausses mensuelles consécutives.

Chart 1

Retail Sales, Canada

Graphique 1

Ventes au détail, Canada

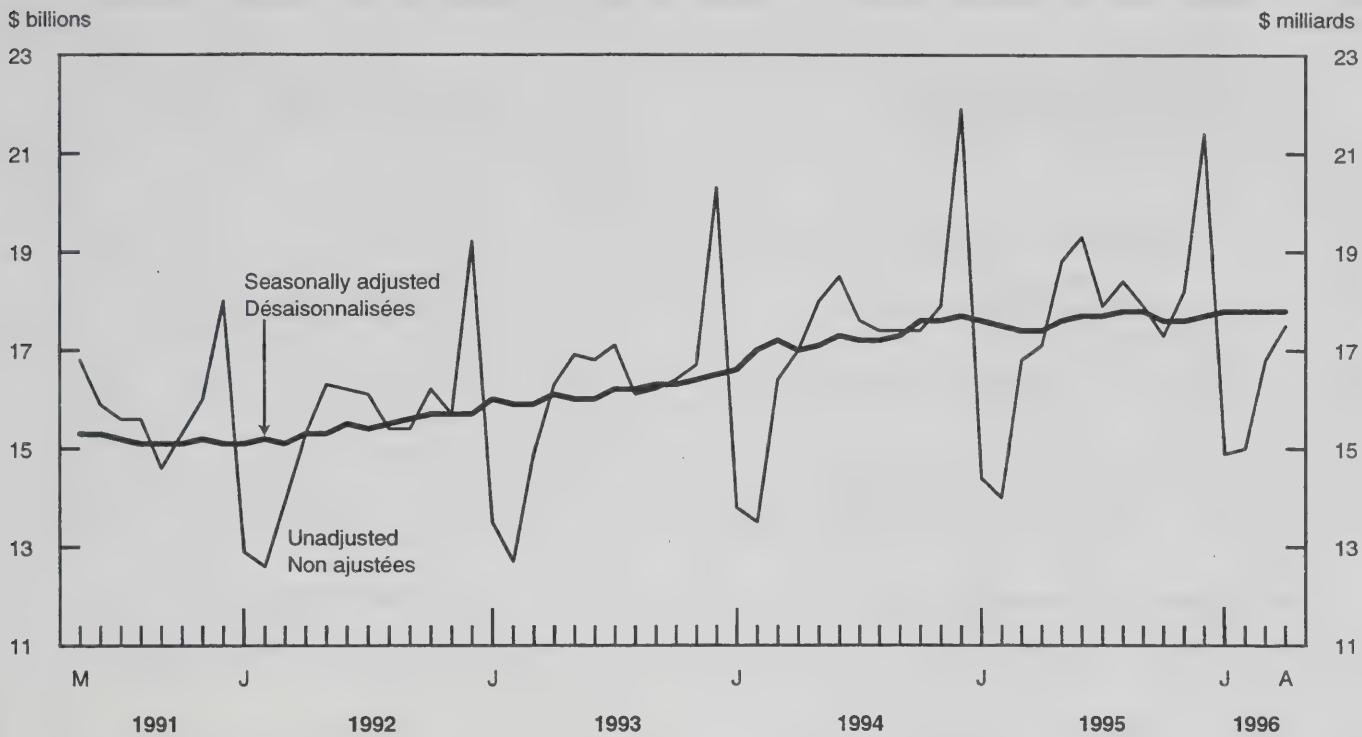
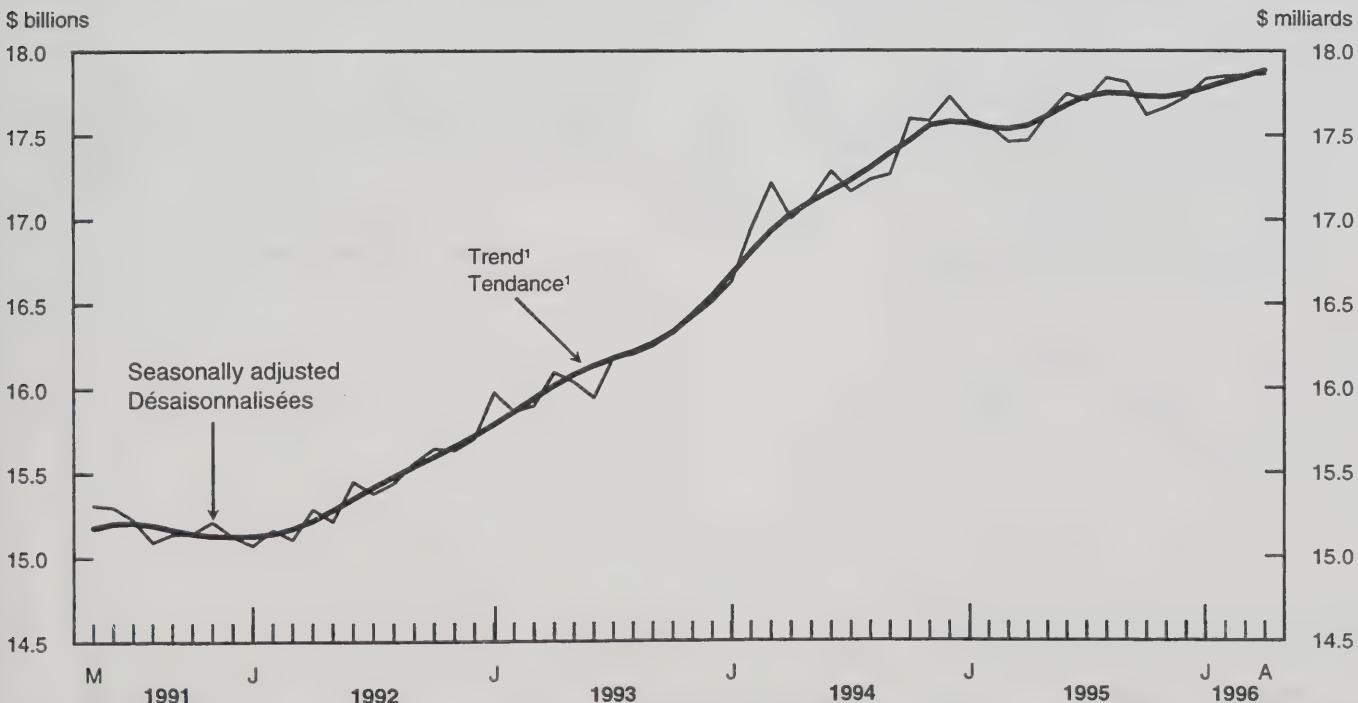


Chart 2

Retail Sales – Canada

Graphique 2

Ventes au détail – Canada

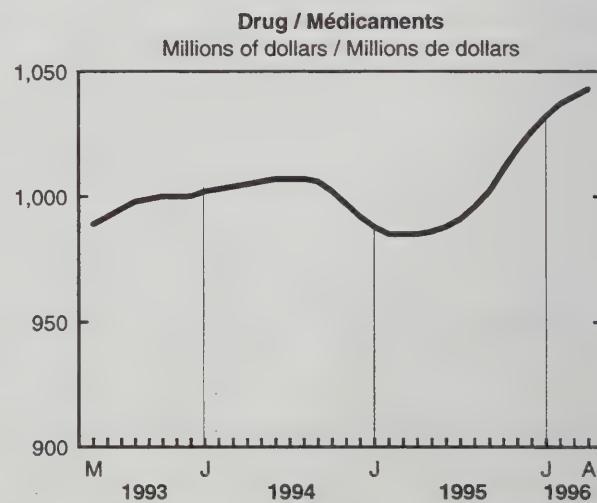
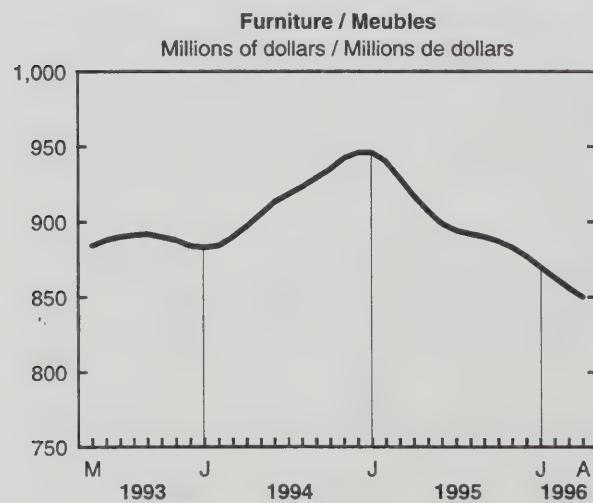
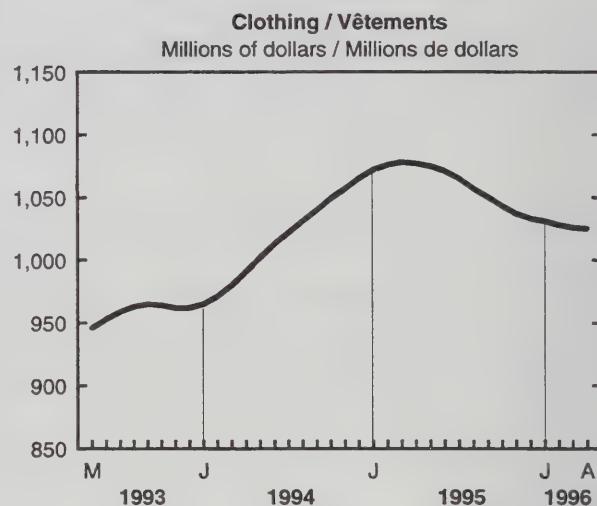
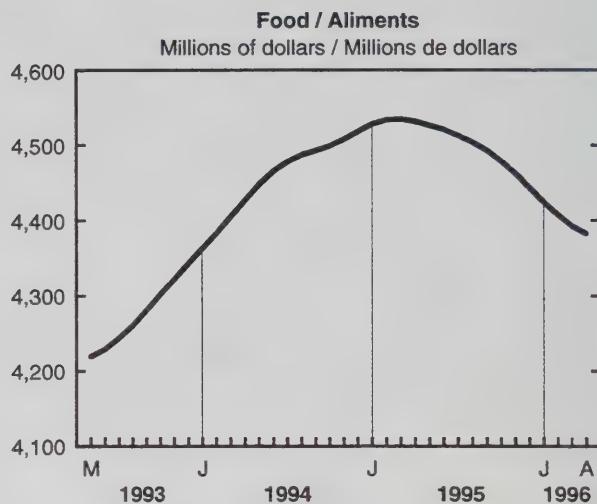
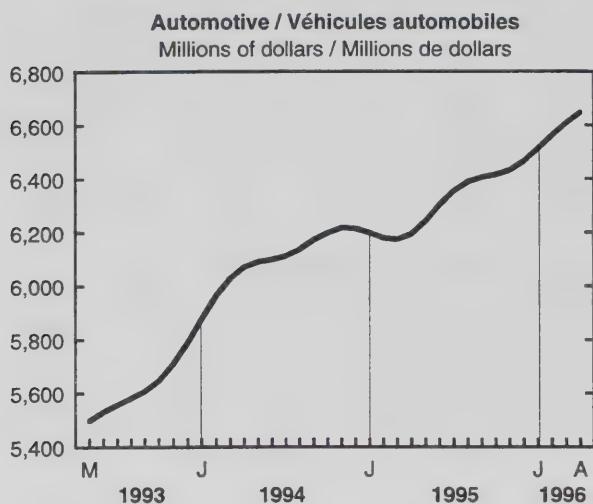


¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title

Department Store Sales and Stocks,
Monthly, Bilingual

Department Store Sales by Region,
Advance Release, Monthly, Bilingual

New Motor Vehicle Sales, Monthly,
Bilingual

Retail Chain and Department Stores,
Annual, Bilingual

Vending Machine Operators, Annual,
Bilingual

Direct Selling in Canada, Annual,
Bilingual

Campus Bookstores, Annual, Bilingual

Wholesaling and Retailing in Canada,
Annual, Bilingual

Market Research Handbook, Annual,
Bilingual

Retail Commodity Survey, Occasional,
Bilingual

To order a publication you may telephone
1-613-951-7277 or use facsimile number
1-613-951-1584. For toll free in Canada
only telephone 1-800-267-6677. When
ordering by telephone or facsimile a
written confirmation is not required.

Titre

Ventes et stocks des grands magasins,
Mensuel, Bilingue

Ventes des grands magasins par région,
Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue

Ventes de véhicules automobiles neufs,
Mensuel, Bilingue

Magasins de détail à succursales et
les grands magasins, Annuel, Bilingue

Exploitants de distributeurs
automatiques, Annuel, Bilingue

La vente directe au Canada, Annuel,
Bilingue

Librairies de campus, Annuel,
Bilingue

Les commerces de gros et de détail au
Canada, Annuel, Bilingue

Recueil statistique des études de
marché, Annuel, Bilingue

Enquête sur les marchandises vendues
au détail, Hors série, Bilingue

Catalogue

63-002-XPB

63-004-XPB

63-007-XPB

63-210-XPB

63-213-XPB

63-218-XPB

63-219-XPB

63-236-XPB

63-224-XPB

63-541-XPB

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner
au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télé-
copieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais,
au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est
pas nécessaire de nous faire parvenir une con-
firmation pour une commande faite par téléphone
ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to- date 1996 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent			
		April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier		April 1996 Avril	March 1996 Mars		
millions of dollars - millions de dollars										
Trade Group - Canada										
1	Supermarkets and grocery stores	4,026.7	4,033.0	4,018.0	4,037.7	16,115.4	-0.2	0.4		
2	All other food stores	346.8	348.5	359.0	367.4	1,421.6	-0.5	-2.9		
3	Drugs and patent medicine stores	1,040.7	1,036.2	1,035.7	1,027.2	4,139.8	0.4	0.1		
4	Shoe stores	132.4	134.4	134.5	131.6	532.9	-1.4	-0.1		
5	Men's clothing stores	122.7	126.3	128.0	128.6	505.7	-2.8	-1.3		
6	Women's clothing stores	327.3	326.2	331.7	328.0	1,313.1	0.3	-1.7		
7	Other clothing stores	447.3	426.4	438.0	445.0	1,756.7	4.9	-2.7		
8	Household furniture and appliance stores	647.8	680.9	670.8	664.0	2,663.5	-4.9	1.5		
9	Household furnishings stores	180.7	185.3	191.5	196.2	753.8	-2.5	-3.2		
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,283.5	4,271.8	4,281.0	4,207.0	17,043.4	0.3	-0.2		
11	Gasoline service stations	1,392.0	1,356.3	1,302.2	1,307.4	5,357.9	2.6	4.2		
12	Automotive parts, accessories and services	965.9	967.5	996.8	1,017.1	3,947.3	-0.2	-2.9		
13	General merchandise stores	1,940.0	1,929.4	1,935.5	1,926.5	7,731.5	0.5	-0.3		
14	Other semi-durable goods stores	577.1	592.5	588.4	604.5	2,362.5	-2.6	0.7		
15	Other durable goods stores	440.7	459.1	436.5	440.6	1,776.8	-4.0	5.2		
16	Other retail stores	955.8	950.5	968.5	971.3	3,846.1	0.6	-1.9		
17	Total, all stores	17,827.5	17,824.3	17,815.9	17,800.2	71,267.9	--	--		
Regions										
18	Newfoundland	288.9	286.6	290.9	285.6	1,152.1	0.8	-1.5		
19	Prince Edward Island	81.0	81.7	80.3	76.6	319.7	-0.8	1.7		
20	Nova Scotia	542.9	558.3	568.3	548.1	2,217.6	-2.7	-1.8		
21	New Brunswick	449.1	443.1	441.7	443.6	1,777.6	1.3	0.3		
22	Quebec	4,136.7	4,150.4	4,175.8	4,209.8	16,672.7	-0.3	-0.6		
23	Ontario	6,515.6	6,511.3	6,432.7	6,555.3	26,014.8	0.1	1.2		
24	Manitoba	634.2	627.9	620.3	637.2	2,519.7	1.0	1.2		
25	Saskatchewan	584.8	579.4	571.5	571.7	2,307.5	0.9	1.4		
26	Alberta	1,901.8	1,893.6	1,929.3	1,846.8	7,571.6	0.4	-1.9		
27	British Columbia	2,628.1	2,629.4	2,644.3	2,567.1	10,468.9	--	-0.6		
28	Yukon	23.0	21.6	19.4	19.1	83.1	6.6	11.0		
29	Northwest Territories	41.3	41.0	41.2	39.2	162.6	0.8	-0.6		

**TABLEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)**

Change from previous month		Change from previous year					N°	
Variation p. r. au mois précédent		Variation par rapport à l'année précédente						
February 1996 Février	January 1996 Janvier	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	Year-to-date 1996 Cumulatif		
Per cent - pourcentage								
							Groupe de commerce - Canada	
-0.5	-1.9	-3.9	-2.8	-4.3	-3.5	-3.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1	
-2.3	5.2	-1.9	-0.7	3.9	4.9	1.5	Tous les autres magasins d'alimentation 2	
0.8	-0.4	5.6	5.7	5.6	3.6	5.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3	
2.2	-0.6	-3.2	-10.5	-5.5	-7.0	-6.6	Magasins de chaussures 4	
-0.5	-1.6	-9.9	-8.2	-15.6	-10.3	-11.1	Magasins de vêtements pour hommes 5	
1.1	-0.6	-1.5	-5.5	-4.8	-7.0	-4.7	Magasins de vêtements pour dames 6	
-1.6	1.4	1.4	-2.1	-2.0	3.2	0.1	Autres magasins de vêtements 7	
1.0	-2.9	-11.1	-7.5	-10.4	-12.4	-10.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8	
-2.4	-0.2	-5.1	-3.2	0.5	3.5	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9	
1.8	0.7	6.8	6.2	5.9	2.1	5.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10	
-0.4	2.3	16.3	14.9	10.0	13.7	13.7	Stations-service 11	
-2.0	4.4	7.1	3.1	6.4	7.9	6.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12	
0.5	0.6	4.6	3.7	4.0	3.9	4.0	Magasins de marchandises diverses 13	
-2.7	5.6	-2.2	1.0	1.7	4.1	1.2	Autres magasins de produits semi-durables 14	
-0.9	--	-6.1	-4.3	-7.7	-7.4	-6.4	Autres magasins de produits durables 15	
-0.3	5.2	2.7	5.9	6.6	5.9	5.3	Autres magasins de vente au détail 16	
0.1	0.6	2.2	2.2	1.6	1.2	1.8	Total, ensemble des magasins 17	
							Régions	
1.8	1.2	-3.1	-1.1	0.7	0.9	-0.7	Terre-Neuve 18	
4.9	-3.1	11.1	12.0	9.5	5.1	9.4	Île-du-Prince-Édouard 19	
3.7	2.1	1.1	5.6	6.7	2.3	3.9	Nouvelle-Écosse 20	
-0.4	1.0	9.0	8.1	7.5	9.1	8.4	Nouveau-Brunswick 21	
-0.8	0.5	1.5	1.7	2.1	0.9	1.6	Québec 22	
-1.9	1.1	1.5	-0.2	-2.5	-0.1	-0.3	Ontario 23	
-2.7	4.1	4.7	4.5	3.8	8.0	5.3	Manitoba 24	
--	1.3	8.9	10.6	6.5	6.7	8.2	Saskatchewan 25	
4.5	-1.1	4.0	5.3	6.3	1.2	4.2	Alberta 26	
3.0	-0.4	0.8	2.8	3.9	0.9	2.1	Colombie-Britannique 27	
2.0	-8.1	18.5	11.8	1.5	1.5	8.4	Yukon 28	
5.2	2.5	8.9	8.7	12.5	5.8	9.0	Territoires du Nord-Ouest 29	

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes					
		April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	Year-to-date 1996 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	3,846.1	4,030.8	3,760.9	3,768.1	15,406.0	
2	All other food stores	338.2	341.1	317.7	307.1	1,304.1	
3	Drugs and patent medicine stores	1,003.3	1,009.5	977.0	993.2	3,983.1	
4	Shoe stores	133.3	111.9	82.1	96.0	423.4	
5	Men's clothing stores	107.5	98.0	82.4	99.0	386.9	
6	Women's clothing stores	304.8	275.4	224.6	232.4	1,037.1	
7	Other clothing stores	401.1	363.3	292.7	318.5	1,375.7	
8	Household furniture and appliance stores	601.8	626.4	549.3	557.2	2,334.7	
9	Household furnishings stores	170.8	165.3	151.3	156.9	644.3	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,871.4	4,327.0	3,619.5	3,389.1	16,207.0	
11	Gasoline service stations	1,286.1	1,281.7	1,183.8	1,217.9	4,969.5	
12	Automotive parts, accessories and services	956.6	857.6	795.0	857.2	3,466.4	
13	General merchandise stores	1,758.3	1,650.1	1,407.8	1,386.6	6,202.9	
14	Other semi-durable goods stores	512.6	464.7	428.3	435.9	1,841.6	
15	Other durable goods stores	393.7	373.5	326.0	340.8	1,433.9	
16	Other retail stores	839.9	834.8	757.8	722.1	3,154.6	
17	Total, all stores	17,525.4	16,811.3	14,956.3	14,878.1	64,171.1	
Regions							
18	Newfoundland	282.1	267.4	236.2	223.7	1,009.4	
19	Prince Edward Island	74.7	70.8	63.4	59.8	268.7	
20	Nova Scotia	534.6	530.9	469.5	450.7	1,985.8	
21	New Brunswick	431.5	407.5	360.8	357.0	1,556.9	
22	Quebec	4,226.0	3,935.4	3,447.7	3,481.7	15,090.9	
23	Ontario	6,317.2	6,051.3	5,430.1	5,513.7	23,312.3	
24	Manitoba	618.2	596.4	524.8	529.0	2,268.5	
25	Saskatchewan	569.6	549.1	479.7	489.0	2,087.4	
26	Alberta	1,884.2	1,790.3	1,607.6	1,536.3	6,818.4	
27	British Columbia	2,525.9	2,553.2	2,285.9	2,190.2	9,555.1	
28	Yukon	21.8	19.0	15.3	14.7	70.9	
29	Northwest Territories	39.5	39.8	35.3	32.2	146.8	

TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					Groupe de commerce - Canada
-7.0	-3.1	0.7	-2.2	-3.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
-8.0	1.2	8.9	5.0	1.2	Tous les autres magasins d'alimentation 2
6.9	3.2	10.4	5.2	6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-5.2	-8.5	-0.4	-6.7	-5.6	Magasins de chaussures 4
-14.1	-6.6	-8.0	-8.8	-9.6	Magasins de vêtements pour hommes 5
-3.9	-5.0	0.5	-5.3	-3.6	Magasins de vêtements pour dames 6
0.9	-1.7	3.5	4.1	1.5	Autres magasins de vêtements 7
-10.2	-7.6	-4.6	-11.7	-8.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-1.7	-6.7	4.0	7.4	0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
13.1	-0.5	11.0	6.0	7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
17.1	13.4	14.3	13.4	14.5	Stations-service 11
9.2	-0.8	11.9	10.4	7.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
3.6	2.6	8.9	5.0	4.8	Magasins de marchandises diverses 13
-3.6	1.2	5.6	5.9	1.8	Autres magasins de produits semi-durables 14
-6.6	-3.4	-2.7	-6.7	-5.0	Autres magasins de produits durables 15
-1.6	7.3	13.4	7.4	6.1	Autres magasins de vente au détail 16
2.8	0.1	6.7	3.0	3.0	Total, ensemble des magasins 17
					Régions
-1.6	-2.9	5.9	1.5	0.4	Terre-Neuve 18
12.7	11.2	15.5	5.2	11.2	Île-du-Prince-Édouard 19
1.9	5.8	12.6	3.3	5.6	Nouvelle-Écosse 20
9.3	6.3	12.1	10.4	9.4	Nouveau-Brunswick 21
1.5	-0.8	7.9	2.9	2.6	Québec 22
2.4	-2.8	2.7	2.1	1.0	Ontario 23
4.4	3.9	8.6	8.4	6.2	Manitoba 24
9.6	9.4	10.8	8.1	9.5	Saskatchewan 25
5.3	3.1	11.1	2.0	5.2	Alberta 26
1.3	1.8	8.3	2.5	3.3	Colombie-Britannique 27
23.0	9.1	5.5	4.2	11.1	Yukon 28
6.7	9.2	17.2	7.0	9.8	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	11,559.9	12,452.6	12,882.4	12,776.7	11,744.0
2	All other food stores	965.9	1,069.4	1,058.1	1,104.8	921.4
3	Drugs and patent medicine stores	2,979.8	3,318.4	2,913.5	2,905.4	2,806.5
4	Shoe stores	290.1	492.3	443.1	464.7	307.7
5	Men's clothing stores	279.4	567.9	361.3	413.2	303.0
6	Women's clothing stores	732.3	1,239.4	1,030.5	1,068.6	758.8
7	Other clothing stores	974.5	1,724.0	1,357.8	1,224.6	958.3
8	Household furniture and appliance stores	1,732.9	2,486.1	2,161.7	2,019.0	1,884.2
9	Household furnishings stores	473.5	664.0	590.4	567.1	468.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11,335.6	11,383.7	12,840.0	14,561.0	10,806.9
11	Gasoline service stations	3,683.4	3,741.4	3,943.7	3,673.1	3,240.4
12	Automotive parts, accessories and services	2,509.8	3,107.7	2,890.4	3,007.9	2,351.8
13	General merchandise stores	4,444.5	7,625.5	5,432.6	5,384.8	4,221.9
14	Other semi-durable goods stores	1,329.0	2,066.0	1,882.5	1,869.1	1,276.5
15	Other durable goods stores	1,040.2	1,690.5	1,374.9	1,351.6	1,087.1
16	Other retail stores	2,314.7	3,279.1	3,002.2	2,802.0	2,118.9
17	Total, all stores	46,645.7	56,907.8	54,165.0	55,193.5	45,256.1
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	250.7	267.2	295.5	287.5	253.1
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	58.3	70.2	66.2	68.7	66.3
4	Shoe stores	3.2	6.2	5.6	5.3	3.3
5	Men's clothing stores	1.7	5.2	3.3	3.9	2.5
6	Women's clothing stores	8.4	20.1	12.3	12.2	8.5
7	Other clothing stores	7.2	18.3	11.8	9.4	7.3
8	Household furniture and appliance stores	16.8	31.2	24.8	21.8	17.8
9	Household furnishings stores	2.0	4.7	3.7	3.6	3.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	136.6	126.7	164.3	188.3	119.0
11	Gasoline service stations	78.8	88.4	100.7	87.5	74.4
12	Automotive parts, accessories and services	31.7	44.5	41.5	42.9	34.0
13	General merchandise stores	83.5	172.9	108.7	99.1	75.0
14	Other semi-durable goods stores	16.0	33.6	30.8	32.2	20.4
15	Other durable goods stores	7.6	16.2	9.6	9.4	7.1
16	Other retail stores	18.7	33.0	23.7	22.2	19.9
17	Total, all stores	727.3	945.3	910.9	903.3	718.9

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
-1.6	-2.6	1.0	1.4	1.0	Canada			
4.8	3.1	3.9	20.4	23.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
6.2	2.0	-1.9	-1.6	-1.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-5.7	-9.7	-2.5	1.9	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-7.8	-5.0	1.1	-3.7	-4.6	Magasins de chaussures	4		
-3.5	-6.8	2.3	7.9	7.4	Magasins de vêtements pour hommes	5		
1.7	4.3	9.1	15.3	22.8	Magasins de vêtements pour dames	6		
-8.0	-8.7	-1.4	--	8.5	Autres magasins de vêtements	7		
1.0	1.5	-3.3	0.7	2.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
4.9	1.7	8.5	3.9	7.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
13.7	4.6	3.1	4.0	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
6.7	-4.7	-3.4	-5.4	-3.4	Stations-service	11		
5.3	3.8	6.6	6.9	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.1	-5.9	2.6	1.6	-1.9	Magasins de marchandises diverses	13		
-4.3	-7.1	-2.0	0.1	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14		
9.2	2.2	5.8	8.2	5.1	Autres magasins de produits durables	15		
3.1	-0.5	3.3	3.1	3.6	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Terre-Neuve								
-1.0	-1.0	2.1	6.6	5.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-12.1	-7.3	2.0	4.8	3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-2.3	-14.2	-1.1	2.4	-10.8	Magasins de chaussures	4		
-32.0	-32.5	-4.6	-1.5	6.0	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-1.1	-5.3	-7.9	-1.1	3.3	Magasins de vêtements pour dames	6		
-2.1	6.2	19.2	16.1	15.8	Autres magasins de vêtements	7		
-5.6	-17.4	1.9	4.0	5.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-34.8	-7.1	-7.4	2.2	13.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
14.8	6.1	3.8	-2.4	-5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
5.9	3.1	26.6	21.5	10.8	Stations-service	11		
-6.7	-0.5	-2.1	-6.7	1.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
11.4	3.3	-4.7	-4.5	-9.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-21.8	-15.4	-3.4	10.4	11.8	Autres magasins de produits semi-durables	14		
7.4	-16.5	-18.9	-20.0	-29.4	Autres magasins de produits durables	15		
-6.0	2.7	7.4	16.7	16.1	Autres magasins de vente au détail	16		
1.2	-1.2	3.5	3.9	2.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island					
1 Supermarkets and grocery stores	50.2	57.2	62.2	57.6	49.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	16.4	18.4	17.0	16.2	15.7
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores
7 Other clothing stores	2.5	6.3	6.9	2.9	1.9
8 Household furniture and appliance stores	3.6	6.1	4.7	4.8	4.5
9 Household furnishings stores	1.7	2.0	1.4	1.3	1.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	39.8	42.5	48.9	55.8	35.2
11 Gasoline service stations	30.4	32.4	35.9	25.8	20.3
12 Automotive parts, accessories and services	9.6	13.6	11.9	12.6	9.3
13 General merchandise stores	15.1	31.0	23.5	22.2	15.1
14 Other semi-durable goods stores	8.6	14.3	13.8	10.7	7.0
15 Other durable goods stores	2.4	4.8	3.5	3.0	2.0
16 Other retail stores	7.9	11.3	13.7	11.2	8.5
17 Total, all stores	194.0	249.8	253.1	232.2	175.4
Nova Scotia					
1 Supermarkets and grocery stores	469.6	436.5	460.4	450.8	412.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	117.2	127.5	112.5	117.6	111.3
4 Shoe stores	6.7	9.8	9.4	9.2	5.5
5 Men's clothing stores	4.9	11.6	6.9	7.1	6.0
6 Women's clothing stores	18.0	37.9	25.5	26.0	18.4
7 Other clothing stores	21.6	47.6	31.9	25.3	20.6
8 Household furniture and appliance stores	32.5	48.4	36.7	34.7	32.9
9 Household furnishings stores	9.3	15.8	16.2	12.2	9.4
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	321.8	276.1	321.0	429.3	300.0
11 Gasoline service stations	106.9	112.5	126.7	116.0	106.0
12 Automotive parts, accessories and services	56.3	78.9	74.8	75.3	57.4
13 General merchandise stores	132.6	267.3	175.8	167.7	126.8
14 Other semi-durable goods stores	36.1	63.9	52.5	48.5	35.3
15 Other durable goods stores	25.1	45.7	31.7	29.4	20.7
16 Other retail stores	74.3	105.0	107.9	96.1	71.6
17 Total, all stores	1,451.2	1,707.0	1,614.9	1,673.3	1,355.3

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
0.9	3.6	9.8	13.6	7.0	Île-du-Prince-Édouard			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
4.6	9.0	1.7	0.9	1.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
..	Magasins de vêtements pour hommes	5		
30.4	13.3	1.3	-19.9	-15.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
-19.3	-20.3	-30.0	-21.6	-12.0	Autres magasins de vêtements	7		
53.7	5.2	-43.4	-41.4	-37.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
13.2	4.0	20.2	5.1	2.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
49.5	39.9	25.5	9.0	-8.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
3.9	-4.9	-13.9	-11.6	-11.0	Stations-service	11		
0.3	-3.3	-1.9	2.4	-7.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
23.4	29.5	19.6	22.4	18.5	Magasins de marchandises diverses	13		
19.2	20.2	21.3	25.5	-0.8	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-6.9	-9.8	-10.4	-1.1	-1.5	Autres magasins de produits durables	15		
10.6	6.3	7.7	4.9	-0.5	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Nouvelle-Écosse								
13.8	-4.8	-2.7	2.7	6.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
5.3	-0.1	0.6	8.7	-0.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
21.5	-12.3	-0.2	3.2	-17.5	Magasins de chaussures	4		
-17.5	-10.1	8.0	3.1	10.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-1.9	-4.4	-8.2	-1.6	-3.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
4.8	5.9	13.1	14.9	15.9	Autres magasins de vêtements	7		
-1.3	-8.7	-12.0	-9.5	-10.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-1.6	-5.7	9.9	-7.3	4.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
7.2	-7.5	-4.5	3.4	-4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
0.9	-9.6	-9.5	-16.8	-24.8	Stations-service	11		
-1.9	-7.5	-1.9	-13.0	-1.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.6	0.4	2.6	3.4	-0.4	Magasins de marchandises diverses	13		
2.3	-9.0	0.1	0.9	-5.6	Autres magasins de produits semi-durables	14		
21.3	11.9	20.6	22.5	8.4	Autres magasins de produits durables	15		
3.7	-3.7	2.0	2.5	-4.0	Autres magasins de vente au détail	16		
7.1	-4.4	-1.9	1.2	-1.7	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick					
1 Supermarkets and grocery stores	299.3	315.0	338.0	314.0	283.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	109.1	127.8	109.2	106.6	100.5
4 Shoe stores	5.0	10.3	9.1	9.0	5.4
5 Men's clothing stores	4.2	10.7	5.4	6.6	4.4
6 Women's clothing stores	17.8	33.9	22.6	23.0	15.6
7 Other clothing stores	16.2	33.9	23.9	17.8	14.0
8 Household furniture and appliance stores	38.2	50.8	40.2	34.1	32.2
9 Household furnishings stores	8.9	16.4	12.7	10.7	8.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	270.9	266.2	311.5	342.1	223.4
11 Gasoline service stations	77.1	88.6	107.1	92.4	93.8
12 Automotive parts, accessories and services	68.4	92.4	81.9	82.2	61.1
13 General merchandise stores	111.2	218.3	138.2	130.4	98.8
14 Other semi-durable goods stores	30.3	44.9	36.6	37.6	23.3
15 Other durable goods stores	13.1	29.3	23.0	21.2	15.0
16 Other retail stores	44.7	67.3	65.8	58.6	43.3
17 Total, all stores	1,125.4	1,417.8	1,338.0	1,298.3	1,028.6
Quebec					
1 Supermarkets and grocery stores	2,899.7	3,290.0	3,387.0	3,387.5	3,162.4
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	720.4	771.3	648.7	649.6	654.6
4 Shoe stores	90.9	179.4	153.7	159.9	93.1
5 Men's clothing stores	66.4	134.6	87.9	111.5	71.0
6 Women's clothing stores	213.2	328.9	293.0	301.6	202.8
7 Other clothing stores	272.2	455.6	390.7	378.3	268.1
8 Household furniture and appliance stores	468.7	632.8	612.5	600.4	453.0
9 Household furnishings stores	107.7	149.6	150.6	157.9	103.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,455.2	2,374.4	2,758.2	3,241.8	2,257.4
11 Gasoline service stations	842.3	855.4	820.4	764.7	682.5
12 Automotive parts, accessories and services	636.3	838.6	741.7	796.1	564.2
13 General merchandise stores	936.7	1,479.2	1,106.4	1,138.5	863.5
14 Other semi-durable goods stores	285.1	441.1	446.2	447.6	288.9
15 Other durable goods stores	213.1	345.9	294.7	296.0	222.1
16 Other retail stores	349.1	531.2	435.1	459.8	353.4
17 Total, all stores	10,864.9	13,150.0	12,674.3	13,229.4	10,544.2

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
5.4	2.3	5.8	0.2	-8.6	Nouveau-Brunswick			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
8.5	12.5	13.2	13.0	14.0	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-7.9	-4.6	10.0	11.9	4.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-6.1	-14.5	-25.5	-21.2	-19.2	Magasins de chaussures	4		
13.7	3.7	-2.1	5.7	2.8	Magasins de vêtements pour hommes	5		
16.3	30.3	27.8	15.0	8.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
18.5	-1.9	8.0	0.1	4.6	Autres magasins de vêtements	7		
7.2	24.4	13.8	3.4	8.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
21.3	14.6	28.8	5.6	-7.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-17.9	-23.7	-13.2	-15.5	-2.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
12.0	2.0	-2.8	0.2	7.7	Stations-service	11		
12.5	7.1	-0.3	-6.8	-7.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
30.2	9.7	19.6	21.8	18.0	Magasins de marchandises diverses	13		
-12.8	-12.6	3.5	6.4	6.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
3.2	-1.0	2.7	8.8	2.6	Autres magasins de produits durables	15		
9.4	4.2	8.3	1.8	-3.0	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Québec								
-8.3	-7.3	-5.9	-6.2	-4.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
10.1	4.0	-11.5	-12.9	-5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-2.4	-3.8	2.0	2.3	-3.0	Magasins de chaussures	4		
-6.4	-7.1	-7.1	-3.9	-4.0	Magasins de vêtements pour hommes	5		
5.1	-2.1	4.2	7.4	3.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
1.6	6.4	14.9	18.6	20.8	Autres magasins de vêtements	7		
3.5	0.8	9.0	14.1	20.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
4.5	2.7	5.5	13.9	14.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
8.8	1.9	-0.9	-10.2	-4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
23.4	16.3	8.7	8.2	-3.8	Stations-service	11		
12.8	1.4	1.4	-2.3	-3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
8.5	1.5	1.3	3.4	1.4	Magasins de marchandises diverses	13		
-1.3	-10.0	-4.2	-4.1	-1.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-4.0	-1.9	7.8	7.8	7.6	Autres magasins de produits durables	15		
-1.2	-2.2	1.2	1.0	7.3	Autres magasins de vente au détail	16		
3.0	-0.8	-0.7	-3.2	-1.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
Ontario					
1 Supermarkets and grocery stores	3,647.5	3,891.6	4,026.7	4,061.7	3,794.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	1,168.1	1,290.3	1,148.9	1,152.7	1,079.5
4 Shoe stores	102.5	165.1	151.0	162.9	115.7
5 Men's clothing stores	107.4	220.6	138.4	164.1	124.6
6 Women's clothing stores	254.5	454.2	372.4	401.8	287.0
7 Other clothing stores	345.8	633.8	480.6	434.3	360.0
8 Household furniture and appliance stores	560.0	846.1	718.0	681.7	704.3
9 Household furnishings stores	180.1	244.6	219.9	212.6	185.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,266.5	4,454.8	5,022.0	5,621.3	4,326.8
11 Gasoline service stations	1,390.3	1,404.0	1,488.4	1,387.9	1,218.2
12 Automotive parts, accessories and services	946.1	1,175.0	1,079.1	1,143.6	923.9
13 General merchandise stores	1,627.5	2,929.3	2,001.5	1,978.0	1,565.6
14 Other semi-durable goods stores	509.4	799.6	704.4	688.7	483.4
15 Other durable goods stores	374.0	637.8	503.4	517.0	430.5
16 Other retail stores	1,080.3	1,525.8	1,440.2	1,290.3	915.9
17 Total, all stores	16,995.1	21,144.8	19,957.8	20,407.2	16,915.0
Manitoba					
1 Supermarkets and grocery stores	483.1	508.5	510.8	502.4	443.1
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	74.2	86.6	75.4	72.7	66.9
4 Shoe stores	8.8	15.7	12.5	12.9	8.1
5 Men's clothing stores	7.3	15.6	9.4	11.2	8.1
6 Women's clothing stores	18.2	31.8	26.4	27.8	20.7
7 Other clothing stores	35.2	61.9	42.8	40.4	30.4
8 Household furniture and appliance stores	56.2	77.5	63.3	56.7	53.4
9 Household furnishings stores	11.6	16.2	15.0	14.1	12.2
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	373.0	362.8	412.0	467.4	333.4
11 Gasoline service stations	147.3	156.8	176.6	171.6	151.3
12 Automotive parts, accessories and services	89.3	100.7	89.3	91.4	63.9
13 General merchandise stores	185.0	320.9	234.4	236.6	191.1
14 Other semi-durable goods stores	41.5	67.2	50.7	47.4	36.2
15 Other durable goods stores	34.6	63.6	52.8	52.4	41.1
16 Other retail stores	65.8	99.2	85.3	80.8	65.5
17 Total, all stores	1,650.2	2,008.0	1,877.5	1,908.8	1,545.1

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
-3.9	-3.8	1.4	2.1	3.1	Ontario			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
8.2	3.4	1.6	3.4	0.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-11.3	-16.0	-7.9	-5.4	-4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-13.9	-9.2	-2.5	-7.9	-6.1	Magasins de chaussures	4		
-11.3	-12.6	-0.9	5.7	10.4	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-3.9	1.5	3.9	14.8	33.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
-20.5	-16.7	-11.9	-6.0	6.8	Autres magasins de vêtements	7		
-3.0	-7.5	-10.7	-3.8	0.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-1.4	-4.9	11.5	5.6	11.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
14.1	7.7	9.8	6.4	0.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
2.4	-7.1	-5.6	-6.0	-4.3	Stations-service	11		
3.9	4.7	9.2	9.6	7.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
5.4	-4.3	8.7	6.2	0.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-13.1	-12.7	-7.0	-2.0	9.3	Autres magasins de produits semi-durables	14		
18.0	7.3	10.5	13.1	4.7	Autres magasins de produits durables	15		
0.5	-2.1	4.7	4.8	6.3	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Manitoba								
9.0	5.9	6.7	5.8	-3.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
10.8	18.8	18.5	14.0	8.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
7.7	13.6	27.2	23.6	1.9	Magasins de chaussures	4		
-10.1	-11.2	-6.3	-11.9	-15.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-12.1	-15.7	-10.4	-13.0	-10.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
15.8	11.5	10.2	17.1	13.2	Autres magasins de vêtements	7		
5.3	-6.2	8.0	1.7	6.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-4.4	10.1	13.8	6.4	22.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
11.9	2.9	20.5	15.8	7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-2.6	-4.5	3.7	16.8	10.6	Stations-service	11		
39.6	16.2	4.5	-4.1	-11.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-3.2	-0.6	4.6	6.1	2.4	Magasins de marchandises diverses	13		
14.8	8.8	10.9	-8.0	-0.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-15.8	-10.9	5.0	12.5	22.9	Autres magasins de produits durables	15		
0.4	3.2	10.9	10.6	3.8	Autres magasins de vente au détail	16		
6.8	2.7	9.1	8.4	2.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan					
1 Supermarkets and grocery stores	397.1	427.8	436.2	425.1	369.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	61.0	79.8	73.0	85.4	83.1
4 Shoe stores	6.3	10.2	9.2	10.9	7.0
5 Men's clothing stores	6.2	15.9	9.0	8.9	6.5
6 Women's clothing stores	17.5	30.9	23.8	24.6	17.8
7 Other clothing stores	27.1	51.3	34.6	34.0	24.1
8 Household furniture and appliance stores	38.6	58.7	52.2	48.0	49.1
9 Household furnishings stores	14.7	21.1	16.8	14.9	13.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	408.6	422.5	389.6	409.1	324.0
11 Gasoline service stations	154.0	142.8	145.9	134.5	117.3
12 Automotive parts, accessories and services	79.4	96.1	117.3	125.4	90.8
13 General merchandise stores	174.6	277.7	202.1	202.7	159.6
14 Other semi-durable goods stores	36.2	67.3	53.3	46.4	35.7
15 Other durable goods stores	27.8	47.9	38.3	35.4	27.2
16 Other retail stores	54.3	78.1	71.9	66.3	51.8
17 Total, all stores	1,517.8	1,843.2	1,685.4	1,682.3	1,387.1
Alberta					
1 Supermarkets and grocery stores	1,280.2	1,382.7	1,443.9	1,416.5	1,275.4
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	269.8	298.6	262.6	253.4	253.2
4 Shoe stores	26.7	41.3	39.2	40.0	28.1
5 Men's clothing stores	35.9	67.0	42.9	40.2	31.0
6 Women's clothing stores	75.8	122.3	97.1	102.2	77.2
7 Other clothing stores	118.9	202.8	161.5	132.1	103.1
8 Household furniture and appliance stores	213.6	314.8	253.6	228.0	233.7
9 Household furnishings stores	54.2	76.8	59.9	51.3	44.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,207.5	1,320.3	1,394.2	1,594.4	1,092.7
11 Gasoline service stations	364.0	343.7	366.5	349.8	313.4
12 Automotive parts, accessories and services	253.4	304.6	311.4	317.1	268.0
13 General merchandise stores	471.3	795.6	566.8	561.7	450.6
14 Other semi-durable goods stores	136.3	198.8	171.8	190.2	124.4
15 Other durable goods stores	136.8	208.0	163.6	145.7	117.2
16 Other retail stores	257.7	351.6	309.9	302.6	244.0
17 Total, all stores	4,934.2	6,068.2	5,679.8	5,759.4	4,688.6

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
7.5	14.5	12.3	10.8	6.8	Saskatchewan			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-26.6	-26.3	-30.6	-22.2	-21.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-10.5	-15.8	-4.7	13.9	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-5.7	11.1	9.7	-19.6	-24.2	Magasins de chaussures	4		
-1.6	2.1	2.8	2.8	1.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
12.5	11.2	11.4	28.1	12.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
-21.5	-12.2	7.3	7.3	20.5	Autres magasins de vêtements	7		
8.4	5.0	5.1	-1.5	3.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
26.1	13.7	18.9	12.8	13.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
31.3	7.5	-0.4	2.2	3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-12.6	-26.9	-7.6	-4.8	0.1	Stations-service	11		
9.4	7.6	11.1	10.5	7.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
1.3	11.9	16.2	-11.9	-7.6	Magasins de marchandises diverses	13		
2.2	-1.6	-0.1	-13.9	-8.3	Autres magasins de produits semi-durables	14		
4.7	1.1	3.9	3.7	7.7	Autres magasins de produits durables	15		
9.4	4.5	6.9	5.0	4.8	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Alberta								
0.4	0.3	5.4	5.0	0.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
6.5	-1.1	0.2	-4.9	-9.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-5.0	-8.1	-0.4	22.9	17.8	Magasins de chaussures	4		
15.7	19.8	37.7	-0.7	-17.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-1.8	-11.3	0.8	14.3	11.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
15.2	9.3	15.0	14.0	16.9	Autres magasins de vêtements	7		
-8.6	-4.6	-0.4	-9.7	1.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
21.5	26.2	0.8	-7.6	-15.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
10.5	19.2	13.9	5.5	2.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
16.2	-11.3	-18.4	-13.2	-6.9	Stations-service	11		
-5.4	-22.5	-14.9	-16.5	-4.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.6	4.9	7.5	8.6	5.1	Magasins de marchandises diverses	13		
9.5	-9.8	-12.8	-4.4	-18.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
16.7	-0.9	-6.2	-3.0	3.7	Autres magasins de produits durables	15		
5.6	-1.7	4.8	10.3	11.3	Autres magasins de vente au détail	16		
5.2	1.5	2.9	1.5	0.1	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,744.2	1,835.4	1,879.6	1,834.7	1,665.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	379.7	441.4	393.8	376.3	369.8
4	Shoe stores	39.1	52.4	51.6	53.0	40.6
5	Men's clothing stores	44.2	83.6	56.0	57.9	47.4
6	Women's clothing stores	106.2	174.2	152.9	144.9	107.9
7	Other clothing stores	125.6	208.2	169.5	146.6	126.3
8	Household furniture and appliance stores	300.5	413.7	350.7	304.4	299.4
9	Household furnishings stores	82.4	115.4	93.1	87.3	86.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,834.9	1,716.7	1,996.4	2,187.9	1,777.8
11	Gasoline service stations	479.6	504.9	559.9	529.8	452.7
12	Automotive parts, accessories and services	333.6	357.0	333.3	312.9	274.1
13	General merchandise stores	661.2	1,077.9	822.9	794.1	631.1
14	Other semi-durable goods stores	223.8	327.0	314.7	312.7	217.1
15	Other durable goods stores	202.1	286.0	248.6	236.5	200.7
16	Other retail stores	354.2	465.6	437.7	404.1	337.5
17	Total, all stores	7,029.2	8,192.4	7,988.3	7,919.4	6,755.3
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	38.3	40.5	42.2	38.8	33.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores
4	Shoe stores	x	x	x	x	x
5	Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6	Women's clothing stores	0.7	1.3	1.1	1.3	0.9
7	Other clothing stores
8	Household furniture and appliance stores	4.1	5.9	5.1	4.6	4.0
9	Household furnishings stores	1.0	1.3	1.3	1.1	1.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	21.0	20.4	22.0	23.7	17.1
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	45.8	55.4	52.2	53.9	44.6
14	Other semi-durable goods stores	5.7	8.3	7.7	6.9	4.8
15	Other durable goods stores	3.7	5.3	5.6	5.4	3.5
16	Other retail stores	7.8	10.9	11.1	10.0	7.5
17	Total, all stores	156.3	181.3	185.0	179.8	142.7

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
4.7	1.1	6.3	8.4	7.7	Colombie-Britannique			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
2.7	0.5	3.8	4.3	2.3	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-3.6	-12.0	-8.0	3.2	-1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-6.8	-3.1	6.6	16.2	17.0	Magasins de chaussures	4		
-1.6	3.0	14.9	21.7	14.3	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-0.5	-3.1	3.6	8.7	14.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
0.4	-7.0	3.2	-2.5	3.6	Autres magasins de vêtements	7		
-5.0	5.2	-6.5	-2.0	-0.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
3.2	4.7	7.5	21.2	27.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
5.9	2.5	-0.3	9.4	8.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
21.7	13.0	5.5	1.9	-1.8	Stations-service	11		
4.8	5.2	10.7	8.7	4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
3.1	-8.3	5.4	4.6	0.8	Magasins de marchandises diverses	13		
0.7	-5.7	-2.7	-4.0	-6.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
4.9	-2.8	-2.0	2.2	2.1	Autres magasins de produits durables	15		
4.1	1.2	5.0	10.1	10.2	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Yukon et Territoires du Nord-Ouest								
13.7	-10.1	-6.1	-12.7	-11.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-26.7	-9.4	0.2	14.7	18.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
..	Autres magasins de vêtements	7		
3.8	17.1	28.4	21.6	11.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-3.0	-8.1	-6.1	-13.0	-10.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
22.8	21.9	22.0	15.4	9.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
2.8	-3.8	7.9	4.4	2.0	Magasins de marchandises diverses	13		
19.3	1.6	4.9	13.1	14.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
5.6	-7.8	-15.6	-12.4	4.9	Autres magasins de produits durables	15		
4.6	1.8	4.9	11.4	-1.5	Autres magasins de vente au détail	16		
9.6	-1.1	4.1	2.8	-0.4	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
Yukon					
1 Supermarkets and grocery stores	17.0	18.4	20.1	17.5	14.9
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4 Shoe stores	X	X	X	X	X
5 Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6 Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7 Other clothing stores	X	X	X	X	X
8 Household furniture and appliance stores
9 Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.9	7.1	7.4	10.1	6.2
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	X	X	X	X	X
14 Other semi-durable goods stores	2.1	3.5	4.1	3.2	2.1
15 Other durable goods stores
16 Other retail stores	X	X	X	X	X
17 Total, all stores	49.1	62.0	68.9	62.2	46.1
Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	21.3	22.1	22.1	21.4	18.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4 Shoe stores	X	X	X	X	X
5 Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6 Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7 Other clothing stores	X	X	X	X	X
8 Household furniture and appliance stores	1.6	2.2	1.7	1.8	1.4
9 Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14.1	13.3	14.6	13.6	10.9
11 Gasoline service stations	6.0	4.7	4.5	3.9	4.0
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	X	X	X	X	X
14 Other semi-durable goods stores	3.6	4.8	3.6	3.7	2.7
15 Other durable goods stores	2.0	2.4	2.2	2.7	1.8
16 Other retail stores	X	X	X	X	X
17 Total, all stores	107.3	119.3	116.1	117.6	96.6

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
14.1	40.8	38.5	24.9	20.3	Yukon			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
X	X	X	X	X	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
..	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
11.2	9.0	15.7	16.2	17.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
1.6	0.8	-3.2	4.9	10.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
..	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
6.5	14.2	16.3	12.1	8.0	Total, ensemble des magasins	17		
Territoires du Nord-Ouest								
13.3	-30.9	-27.4	-29.9	-26.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
15.9	23.6	-12.2	-11.5	-23.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
29.4	30.1	25.5	14.9	5.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
49.4	12.9	-9.9	-8.7	-6.4	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
33.1	2.3	15.8	21.4	18.7	Autres magasins de produits semi-durables	14		
8.5	-12.2	-13.1	13.9	6.1	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
11.0	-7.5	-2.0	-1.5	-4.0	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.		Response fraction Fraction de réponse				
		April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	
Per cent - pourcentage						
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	94.0	95.3	96.0	95.0	
2	All other food stores	87.2	86.6	85.1	89.8	
3	Drugs and patent medicine stores	90.9	94.0	94.4	94.2	
4	Shoe stores	94.7	96.7	95.1	96.9	
5	Men's clothing stores	93.2	90.8	94.8	94.8	
6	Women's clothing stores	86.1	90.8	92.4	92.4	
7	Other clothing stores	90.1	91.3	93.4	92.4	
8	Household furniture and appliance stores	90.8	91.9	94.6	92.8	
9	Household furnishings stores	88.0	92.4	92.2	93.5	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.8	96.9	96.6	97.2	
11	Gasoline service stations	92.7	93.9	93.6	93.8	
12	Automotive parts, accessories and services	89.6	92.8	92.3	92.8	
13	General merchandise stores	99.5	99.8	99.6	99.5	
14	Other semi-durable goods stores	91.9	93.1	94.4	94.8	
15	Other durable goods stores	93.6	94.4	95.5	95.8	
16	Other retail stores	73.7	96.3	96.3	96.5	
17	Total, all stores	92.7	95.3	95.5	95.4	
Regions						
18	Newfoundland	95.0	97.1	96.7	96.9	
19	Prince Edward Island	90.6	96.3	92.2	94.5	
20	Nova Scotia	83.6	95.5	96.1	96.5	
21	New Brunswick	94.5	97.1	97.0	96.1	
22	Quebec	93.3	94.7	94.4	94.6	
23	Ontario	90.5	94.4	95.2	94.7	
24	Manitoba	95.5	96.5	96.2	96.7	
25	Saskatchewan	94.4	96.4	97.0	97.2	
26	Alberta	93.6	95.2	94.7	95.4	
27	British Columbia	97.1	97.7	97.7	97.5	
28	Yukon	88.8	88.7	87.3	91.6	
29	Northwest Territories	96.0	96.6	96.5	98.1	

**TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation
(périodes courantes)**

April 1996 Avril	Coefficient of variation Coefficient de variation			N°
	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	
Per cent - pourcentage				
1.5	1.6	1.7	1.8	Groupe de commerce - Canada
5.7	5.7	9.8	13.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
1.8	1.9	2.8	2.9	Tous les autres magasins d'alimentation 2
3.3	3.8	4.0	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
3.8	4.6	4.1	4.7	Magasins de chaussures 4
3.2	3.3	3.1	3.2	Magasins de vêtements pour hommes 5
5.6	4.9	5.4	5.4	Magasins de vêtements pour dames 6
3.1	2.7	2.7	3.0	Autres magasins de vêtements 7
5.9	3.8	4.0	5.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
6.1	4.6	4.0	4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
2.9	2.8	3.0	3.2	Stations-service 11
2.9	2.8	3.1	3.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.5	0.5	0.6	0.7	Magasins de marchandises diverses 13
2.5	2.8	2.8	5.2	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.2	3.6	3.3	3.9	Autres magasins de produits durables 15
1.6	4.0	3.0	6.3	Autres magasins de vente au détail 16
1.8	1.3	1.2	1.4	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.9	2.9	2.7	2.5	Terre-Neuve 18
1.5	2.2	2.4	2.5	Île-du-Prince-Édouard 19
4.6	4.6	4.8	4.3	Nouvelle-Écosse 20
2.5	2.2	2.4	2.8	Nouveau-Brunswick 21
2.4	1.9	1.8	2.0	Québec 22
4.5	3.2	2.7	3.3	Ontario 23
2.1	1.9	2.4	2.8	Manitoba 24
2.7	2.5	2.5	2.9	Saskatchewan 25
2.8	2.6	2.4	2.3	Alberta 26
1.8	1.8	1.8	1.7	Colombie-Britannique 27
1.0	1.2	1.2	1.3	Yukon 28
2.2	2.2	2.3	2.6	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	4,026.7	4,033.0	4,018.0	4,037.7	4,117.7	4,091.6	4,116.0
2 All other food stores	346.8	348.5	359.0	367.4	349.4	342.9	342.1
3 Drugs and patent medicine stores	1,040.7	1,036.2	1,035.7	1,027.2	1,031.3	1,017.0	1,006.5
4 Shoe stores	132.4	134.4	134.5	131.6	132.5	143.4	133.2
5 Men's clothing stores	122.7	126.3	128.0	128.6	130.7	129.7	131.6
6 Women's clothing stores	327.3	326.2	331.7	328.0	329.9	327.6	326.9
7 Other clothing stores	447.3	426.4	438.0	445.0	438.8	438.7	436.7
8 Household furniture and appliance stores	647.8	680.9	670.8	664.0	683.9	682.7	690.4
9 Household furnishings stores	180.7	185.3	191.5	196.2	196.7	194.4	192.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,283.5	4,271.8	4,281.0	4,207.0	4,177.1	4,164.0	4,191.2
11 Gasoline service stations	1,392.0	1,356.3	1,302.2	1,307.4	1,277.8	1,231.5	1,223.3
12 Automotive parts, accessories and service	965.9	967.5	996.8	1,017.1	974.0	976.6	932.9
13 General merchandise stores	1,940.0	1,929.4	1,935.5	1,926.5	1,914.3	1,901.7	1,901.2
14 Other semi-durable goods stores	577.1	592.5	588.4	604.5	572.5	576.3	580.6
15 Other durable goods stores	440.7	459.1	436.5	440.6	440.8	440.4	433.8
16 Other retail stores	955.8	950.5	968.5	971.3	923.5	973.2	946.9
17 Total, all stores	17,827.5	17,824.3	17,815.9	17,800.2	17,690.7	17,631.8	17,585.6
Regions							
18 Newfoundland	288.9	286.6	290.9	285.6	282.2	287.3	288.8
19 Prince Edward Island	81.0	81.7	80.3	76.6	79.1	78.9	77.5
20 Nova Scotia	542.9	558.3	568.3	548.1	536.6	520.1	516.0
21 New Brunswick	449.1	443.1	441.7	443.6	439.3	434.7	430.0
22 Quebec	4,136.7	4,150.4	4,175.8	4,209.8	4,189.3	4,220.3	4,186.7
23 Ontario	6,515.6	6,511.3	6,432.7	6,555.3	6,485.2	6,439.5	6,401.6
24 Manitoba	634.2	627.9	620.3	637.2	612.3	603.8	618.2
25 Saskatchewan	584.8	579.4	571.5	571.7	564.3	560.4	567.0
26 Alberta	1,901.8	1,893.6	1,929.3	1,846.8	1,867.1	1,870.0	1,886.8
27 British Columbia	2,628.1	2,629.4	2,644.3	2,567.1	2,576.3	2,560.4	2,554.6
28 Yukon	23.0	21.6	19.4	19.1	20.8	20.3	20.9
29 Northwest Territories	41.3	41.0	41.2	39.2	38.2	36.1	37.5

**TABLEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril		N°
millions of dollars - millions de dollars						Groupe de commerce - Canada	
4,155.8	4,150.3	4,168.0	4,153.6	4,178.6	4,191.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
346.2	338.4	338.5	343.5	350.4	353.6	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,002.6	987.6	988.3	984.9	988.5	985.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
140.1	143.3	144.4	152.4	147.8	136.9	Magasins de chaussures	4
134.1	136.3	138.4	139.3	136.3	136.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
335.8	339.7	343.7	365.4	349.1	332.1	Magasins de vêtements pour dames	6
443.1	439.5	437.8	436.1	437.5	441.0	Autres magasins de vêtements	7
700.8	706.5	703.6	699.0	712.3	729.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
192.5	188.6	186.1	188.2	188.7	190.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,241.7	4,278.4	4,123.7	4,169.8	4,045.0	4,009.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,230.8	1,226.8	1,234.9	1,230.1	1,235.3	1,197.3	Stations-service	11
947.9	962.5	954.4	952.4	935.0	901.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,902.9	1,909.3	1,899.6	1,909.9	1,891.7	1,855.2	Magasins de marchandises diverses	13
616.2	606.0	605.1	600.1	601.6	589.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
446.1	452.9	470.7	461.4	462.7	469.2	Autres magasins de produits durables	15
947.1	943.9	940.5	931.8	940.4	930.5	Autres magasins de vente au détail	16
17,783.6	17,810.0	17,677.7	17,717.7	17,600.9	17,449.4	Total, ensemble des magasins	17
						Régions	
291.4	292.6	293.7	290.2	291.8	298.0	Terre-Neuve	18
77.5	77.6	75.8	76.7	75.6	73.0	Île-du-Prince-Édouard	19
527.6	529.9	523.9	530.9	533.7	536.8	Nouvelle-Écosse	20
435.5	432.5	428.1	425.2	417.8	411.9	Nouveau-Brunswick	21
4,174.5	4,146.6	4,117.3	4,061.8	4,076.5	4,074.3	Québec	22
6,616.4	6,628.6	6,574.6	6,615.3	6,561.8	6,419.4	Ontario	23
623.3	623.9	624.7	621.9	618.7	605.5	Manitoba	24
558.1	560.6	555.7	554.4	545.3	536.9	Saskatchewan	25
1,858.0	1,876.2	1,855.5	1,859.6	1,855.1	1,828.0	Alberta	26
2,563.4	2,582.4	2,571.4	2,624.1	2,567.2	2,608.3	Colombie-Britannique	27
20.4	21.1	19.6	19.7	19.8	19.4	Yukon	28
37.5	38.0	37.5	37.9	37.7	37.9	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.		April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	3,846.1	4,030.8	3,760.9	3,768.1	4,512.6	4,008.3	3,931.6
2	All other food stores	338.2	341.1	317.7	307.1	427.0	318.4	324.0
3	Drugs and patent medicine stores	1,003.3	1,009.5	977.0	993.2	1,276.4	1,026.6	1,015.3
4	Shoe stores	133.3	111.9	82.1	96.0	179.8	171.3	141.3
5	Men's clothing stores	107.5	98.0	82.4	99.0	279.2	159.2	129.4
6	Women's clothing stores	304.8	275.4	224.6	232.4	561.4	353.0	325.1
7	Other clothing stores	401.1	363.3	292.7	318.5	763.7	511.8	448.5
8	Household furniture and appliance stores	601.8	626.4	549.3	557.2	1,003.6	758.5	723.9
9	Household furnishings stores	170.8	165.3	151.3	156.9	245.3	218.2	200.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,871.4	4,327.0	3,619.5	3,389.1	3,349.5	3,916.8	4,117.4
11	Gasoline service stations	1,286.1	1,281.7	1,183.8	1,217.9	1,261.1	1,232.1	1,248.1
12	Automotive parts, accessories and service	956.6	857.6	795.0	857.2	1,053.8	1,102.3	951.5
13	General merchandise stores	1,758.3	1,650.1	1,407.8	1,386.6	3,296.4	2,389.5	1,939.6
14	Other semi-durable goods stores	512.6	464.7	428.3	435.9	901.0	614.7	550.3
15	Other durable goods stores	393.7	373.5	326.0	340.8	851.2	458.8	380.6
16	Other retail stores	839.9	834.8	757.8	722.1	1,424.4	964.8	889.9
17	Total, all stores	17,525.4	16,811.3	14,956.3	14,878.1	21,386.4	18,204.5	17,317.0
Regions								
18	Newfoundland	282.1	267.4	236.2	223.7	354.2	307.2	283.9
19	Prince Edward Island	74.7	70.8	63.4	59.8	94.1	80.9	74.7
20	Nova Scotia	534.6	530.9	469.5	450.7	660.5	543.5	503.0
21	New Brunswick	431.5	407.5	360.8	357.0	531.2	461.6	424.9
22	Quebec	4,226.0	3,935.4	3,447.7	3,481.7	4,759.9	4,303.5	4,086.6
23	Ontario	6,317.2	6,051.3	5,430.1	5,513.7	8,036.4	6,792.3	6,316.2
24	Manitoba	618.2	596.4	524.8	529.0	767.2	626.8	614.0
25	Saskatchewan	569.6	549.1	479.7	489.0	685.6	584.2	573.4
26	Alberta	1,884.2	1,790.3	1,607.6	1,536.3	2,296.7	1,908.3	1,863.3
27	British Columbia	2,525.9	2,553.2	2,285.9	2,190.2	3,132.5	2,539.6	2,520.2
28	Yukon	21.8	19.0	15.3	14.7	22.4	19.5	20.1
29	Northwest Territories	39.5	39.8	35.3	32.2	45.5	37.1	36.7

TABLEAU 6. Ventes au détail, non-désaussonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year 1996 Année	N°
millions of dollars - millions de dollars							
							Groupe de commerce - Canada
4,304.5	4,269.2	4,308.7	4,394.4	4,247.5	4,134.9	15,406.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
346.1	352.4	359.6	373.1	364.1	367.6	1,304.1	Tous les autres magasins d'alimentation 2
993.6	983.0	936.9	986.2	980.9	938.2	3,983.1	Pharmacies et magasins de médicament brevetés 3
160.1	150.2	132.9	162.6	161.6	140.6	423.4	Magasins de chaussures 4
128.8	114.0	118.5	152.4	135.7	125.1	386.9	Magasins de vêtements pour hommes 5
368.6	335.0	326.9	382.7	368.5	317.3	1,037.1	Magasins de vêtements pour dames 6
499.1	472.4	386.3	426.1	401.1	397.5	1,375.7	Autres magasins de vêtements 7
739.7	726.8	695.2	696.3	652.8	670.0	2,334.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
201.0	198.8	190.6	200.6	192.7	173.8	644.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4,158.9	4,431.5	4,249.6	5,156.6	5,095.9	4,308.5	16,207.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,241.6	1,345.9	1,356.1	1,314.9	1,259.9	1,098.3	4,969.5	Stations-service 11
921.3	981.8	987.3	1,077.4	1,054.2	876.3	3,466.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
1,837.5	1,881.9	1,713.3	1,865.6	1,821.6	1,697.6	6,202.9	Magasins de marchandises diverses 13
622.6	644.9	615.0	649.5	687.6	531.9	1,841.6	Autres magasins de produits semi-durables 14
428.5	474.3	472.1	473.8	456.2	421.6	1,433.9	Autres magasins de produits durables 15
969.9	1,007.7	1,024.5	1,003.2	945.0	853.8	3,154.6	Autres magasins de vente au détail 16
17,921.6	18,369.9	17,873.4	19,315.5	18,825.2	17,052.8	64,171.1	Total, ensemble des magasins 17
							Régions
294.5	311.6	304.7	314.0	302.6	286.6	1,009.4	Terre-Neuve 18
78.8	88.4	85.9	87.0	78.8	66.3	268.7	Île-du-Prince-Édouard 19
527.8	550.5	536.6	587.4	561.1	524.8	1,985.8	Nouvelle-Écosse 20
440.6	453.4	444.0	463.2	440.4	394.8	1,556.9	Nouveau-Brunswick 21
4,196.2	4,305.1	4,173.1	4,501.2	4,565.0	4,163.2	15,090.9	Québec 22
6,674.9	6,740.8	6,542.1	7,257.3	6,982.5	6,167.4	23,312.3	Ontario 23
621.0	634.1	622.5	669.8	647.2	591.9	2,268.5	Manitoba 24
551.3	574.7	559.4	596.0	566.9	519.5	2,087.4	Saskatchewan 25
1,856.8	1,941.6	1,881.4	2,015.7	1,954.0	1,789.8	6,818.4	Alberta 26
2,621.9	2,706.1	2,660.4	2,759.1	2,666.6	2,493.7	9,555.1	Colombie-Britannique 27
20.8	24.5	23.6	23.3	21.2	17.8	70.9	Yukon 28
37.2	39.1	39.8	41.5	39.0	37.1	146.8	Territoires du Nord-Ouest 29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

Regions	Sales Ventes				
	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	Year-to-date 1996 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland	78.2	75.1	65.1	64.4	282.8
Prince Edward Island	20.9	19.0	17.1	17.4	74.4
Nova Scotia	147.1	146.8	130.0	127.1	551.0
New Brunswick	128.9	124.0	113.9	115.9	482.7
Quebec	1,337.3	1,214.8	1,059.5	1,100.2	4,711.7
Ontario	1,933.2	1,866.3	1,653.6	1,709.3	7,162.5
Manitoba	185.7	175.3	149.7	147.6	658.4
Saskatchewan	159.5	144.9	128.3	136.7	569.4
Alberta	583.7	562.1	496.4	480.9	2,123.1
British Columbia	785.0	783.6	685.5	695.9	2,950.0
Yukon	5.2	5.3	4.2	4.0	18.8
Northwest Territories	22.5	21.0	18.2	17.2	79.0
Total	5,387.2	5,138.2	4,521.5	4,616.6	19,663.5

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

Regions	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre
	millions of dollars - millions de dollars						
Newfoundland	78.2	75.1	65.1	64.4	157.4	122.8	98.4
Prince Edward Island	20.9	19.0	17.1	17.4	40.0	27.2	22.7
Nova Scotia	147.1	146.8	130.0	127.1	297.5	209.5	168.5
New Brunswick	128.9	124.0	113.9	115.9	243.4	184.2	148.6
Quebec	1,337.3	1,214.8	1,059.5	1,100.2	2,004.8	1,520.5	1,393.1
Ontario	1,933.2	1,866.3	1,653.6	1,709.3	3,551.3	2,521.1	2,149.0
Manitoba	185.7	175.3	149.7	147.6	329.0	227.2	200.9
Saskatchewan	159.5	144.9	128.3	136.7	277.6	200.4	182.8
Alberta	583.7	562.1	496.4	480.9	1,025.3	690.4	610.3
British Columbia	785.0	783.6	685.5	695.9	1,395.3	931.2	853.4
Yukon	5.2	5.3	4.2	4.0	8.8	6.2	6.2
Northwest Territories	22.5	21.0	18.2	17.2	27.5	20.8	20.7
Total	5,387.2	5,138.2	4,521.5	4,616.6	9,357.9	6,661.6	5,854.5

TABLEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente						
April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	Year-to-date 1996 Cumulatif		
Per cent - pourcentage						
-8.3	-4.7	- -	-4.2	-4.6	Régions	
5.2	2.5	8.5	8.1	5.9	Terre-Neuve	
-3.2	3.7	8.8	1.1	2.3	Île-du-Prince-Édouard	
6.7	6.7	14.6	13.8	10.1	Nouvelle-Écosse	
1.9	1.6	9.5	4.1	3.9	Nouveau-Brunswick	
-3.8	-4.6	- -	-1.0	-2.5	Québec	
2.9	-1.1	4.7	-0.3	1.5	Ontario	
-0.5	-3.6	-1.9	-4.1	-2.5	Manitoba	
6.3	4.9	10.8	0.2	5.5	Saskatchewan	
-1.4	0.6	4.9	0.2	0.9	Alberta	
-0.7	3.6	-8.4	-4.8	-2.3	Colombie-Britannique	
3.4	4.1	5.9	2.6	4.0	Yukon	
-0.5	-0.7	4.7	0.8	0.9	Territoires du Nord-Ouest	
					Total	

TABLEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	April 1995 Avril	Year 1996 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
93.1	95.2	88.4	92.7	87.7	85.3	282.8	Terre-Neuve
23.7	27.4	25.5	24.2	22.2	19.8	74.4	Île-du-Prince-Édouard
168.4	172.7	157.8	165.4	160.4	151.9	551.0	Nouvelle-Écosse
142.6	147.8	130.6	141.0	135.2	120.8	482.7	Nouveau-Brunswick
1,427.8	1,415.6	1,341.0	1,462.5	1,466.0	1,312.6	4,711.7	Québec
2,253.4	2,157.4	2,027.7	2,232.2	2,151.3	2,010.3	7,162.5	Ontario
193.0	204.3	185.5	199.2	192.4	180.6	658.4	Manitoba
171.0	179.8	161.5	180.6	170.5	160.2	569.4	Saskatchewan
602.0	633.8	583.1	604.9	590.8	549.2	2,123.1	Alberta
876.6	918.8	858.5	864.0	853.9	795.9	2,950.0	Colombie-Britannique
6.7	7.4	7.0	6.7	6.0	5.3	18.8	Yukon
21.2	21.2	21.0	22.4	22.3	21.8	79.0	Territoires du Nord-Ouest
5,979.4	5,981.3	5,587.5	5,995.8	5,858.6	5,413.5	19,663.5	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

		Unadjusted Non désaisonnalisé			
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.5	14,446.3	4.9	12,296.7	3.7
February	118.2	14,017.7	3.6	11,862.5	1.9
March	118.7	16,792.0	2.3	14,149.0	-0.3
April	118.9	17,052.8	0.1	14,340.4	-2.6
May	119.5	18,825.2	4.7	15,757.5	1.4
June	119.3	19,315.5	4.2	16,191.0	1.4
July	119.0	17,873.4	1.5	15,021.0	-0.8
August	118.5	18,369.9	5.5	15,505.1	3.5
September	118.4	17,921.6	2.9	15,133.0	0.7
October	118.2	17,317.0	-0.2	14,655.6	-2.5
November	118.3	18,204.5	1.5	15,391.9	-0.1
December	117.6	21,386.4	-2.3	18,184.5	-3.6
Year	118.5	211,522.3	2.3	178,488.2	0.1
1996:					
January	119.2	14,878.1	3.0	12,481.0	1.5
February	119.7	14,956.3	6.7	12,492.5	5.3
March	120.4	16,811.3	0.1	13,958.8	-1.3
April	121.2	17,525.4	2.8	14,460.5	0.8
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

¹ Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1994:
115.8	16,638.0	0.7	14,365.4	1.1	Janvier
115.7	16,957.8	1.9	14,657.7	2.0	Février
115.1	17,226.5	1.6	14,964.1	2.1	Mars
115.3	17,016.5	-1.2	14,758.7	-1.4	Avril
115.5	17,130.0	0.7	14,827.4	0.5	Mai
115.8	17,294.4	1.0	14,929.8	0.7	Juin
116.1	17,175.3	-1.9	14,792.9	-0.9	Juillet
116.5	17,244.0	0.4	14,804.9	0.1	Août
116.6	17,272.6	0.2	14,812.5	0.1	Septembre
116.4	17,600.1	1.9	15,117.7	2.1	Octobre
116.8	17,584.4	-0.1	15,056.7	-0.4	Novembre
117.0	17,721.1	0.8	15,151.8	0.6	Décembre
116.1	206,861.0	...	178,239.6	...	Année
					1995:
117.3	17,583.6	-0.8	14,985.7	-1.1	Janvier
117.6	17,539.7	-0.2	14,913.1	-0.5	Février
118.0	17,443.2	-0.6	14,786.7	-0.8	Mars
118.4	17,449.4	- -	14,731.5	-0.4	Avril
119.1	17,600.9	0.9	14,780.8	0.3	Mai
119.0	17,717.7	0.7	14,888.4	0.7	Juin
118.9	17,677.7	-0.2	14,867.2	-0.1	Juillet
118.8	17,810.0	0.7	14,988.8	0.7	Août
119.1	17,783.6	-0.4	14,929.8	-0.4	Septembre
119.1	17,585.6	-1.1	14,770.4	-1.1	Octobre
118.8	17,631.8	0.3	14,835.6	0.4	Novembre
121.0	17,690.7	0.3	14,849.1	0.1	Décembre
118.8	211,513.9	...	178,327.1	...	Année
					1996:
119.0	17,800.2	0.6	14,957.5	0.7	Janvier
119.1	17,815.9	0.1	14,956.7	- -	Février
119.7	17,824.3	- -	14,888.7	-0.5	Mars
120.5	17,827.5	- -	14,793.7	-0.6	Avril
					Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do not include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un point de vente au détail, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II

TRADE GROUP COVERAGE

010 Supermarkets and Grocery Stores
6011 Supermarkets
6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores
6013 Bakery products stores
6014 Candy and nut stores
6015 Fruit and vegetable stores
6016 Meat markets
6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores
6031 Pharmacies
6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores
6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores
6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores
6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores
6141 Children's clothing stores
6142 Fur goods stores
6149 Other clothing stores, n.e.c.
6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores
6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213 Furniture refinishing and repair shops
6221 Appliance, television, radio and stereo stores
6222 Television, radio and stereo stores
6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores
6231 Floor covering stores
6232 Drapery stores
6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers
6311 Automobile (new) dealers
6312 Automobile (used) dealers
6321 Motor home and travel trailer dealers
6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323 Motorcycle and snowmobile dealers
6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II

COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE

010 Supermarchés d'alimentation et épiceries
6011 Supermarchés d'alimentation
6012 Epiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation
6013 Boulangeries-pâtisseries
6014 Confiseries et magasins de noix
6015 Magasins de fruits et légumes
6016 Marchés de viande
6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031 Pharmacies
6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures
6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes
6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames
6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements
6141 Magasins de vêtements pour enfants
6142 Magasins de fourrures
6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213 Ateliers de réparation de meubles
6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement
6231 Magasins de revêtements de sol
6232 Magasins de tentures
6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage
6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations	110 Stations-service
6331 Gasoline service stations	6331 Stations-service
120 Automotive Parts, Accessories and Services	120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Home and auto supply stores	6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Tire, battery, parts and accessories stores	6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (general repairs)	6351 Garages (réparations générales)
6352 Paint and body repair shops	6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Muffler replacement shops	6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Motor vehicle glass replacement shops	6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Other motor vehicle repair shops	6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Car washes	6391 Lave-autos
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.	6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
130 General Merchandise Stores	130 Magasins de marchandises diverses
6411 Department stores	6411 Magasins à rayons
6412 General stores	6412 Magasins généraux
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140 Other Semi-Durable Goods Stores	140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Book and stationery stores	6511 Librairies et papeteries
6521 Florist shops	6521 Fleuristes
6522 Lawn and garden centres	6522 Centres de jardinage
6531 Hardware stores	6531 Quincailleries
6532 Paint, glass and wallpaper stores	6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Toy and hobby stores	6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Gift, novelty and souvenir stores	6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
150 Other Durable Goods Stores	150 Autres magasins de produits durables
6541 Sporting goods stores	6541 Magasins d'articles de sport
6542 Bicycle shops	6542 Magasins de bicyclettes
6551 Musical instrument stores	6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Record and tape stores	6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Jewellery stores	6561 Bijouteries
6562 Watch and jewellery repair shops	6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Camera and photographic supply stores	6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
160 Other Retail Stores	160 Autres magasins de vente au détail
6021 Liquor stores	6021 Magasins de spiritueux
6022 Wine stores	6022 Magasins de vin
6023 Beer stores	6023 Magasins de bière
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticians' shops	6592 Opticiens
6593 Art galleries and artists' supply stores	6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Luggage and leather goods stores	6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Monument and tombstone dealers	6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Pet stores	6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Coin and stamp dealers	6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Mobile home dealers	6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Other retail stores, n.e.c.	6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries.

Highlights of the **Canadian Composite Leading Indicator** (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Via Internet: order@statcan.ca

Receivez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'**Indicateur composite avancé** (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: order@statcan.ca

FIND STRENGTH IN NUMBERS!

Let us show you how to take advantage of the multitude of data available from Canada's leading statistical agency.

Statistics Canada is the first-hand source of information about Canada, its economy, its institutions and its people. We collect and maintain hundreds of databases of reliable information; from patterns in family expenditures to international trade statistics; from details on Canadians' health and educational qualifications to employment and labour trends. We can produce comprehensive profiles of Canada's society and economy using the data from over 400 surveys.

Our Advisory Services team of expert consultants is here to help you discover Statistics Canada. We will work with you to define your needs, sift through our vast resources and put together an information package designed to meet those needs. Our highly trained staff:

- can analyze and interpret your customized data packages
- provide you with ongoing support through our telephone enquiry service
- offer workshops and seminars on a wide range of topics

We can even conduct surveys tailored to your specialized requirements.

In today's complex social and economic climates, accurate and up-to-date information is an essential tool for performing such detail-intensive tasks as researching, planning, teaching or analyzing. Rely on the expertise at Statistics Canada to provide you with the information and services you need, quickly, professionally and cost effectively.

Call us today and discover how to get our numbers working for you!

LES CHIFFRES FONT LA FORCE !

Découvrez comment tirer parti de la multitude de données offertes par le chef de file canadien en matière de statistiques.

Statistique Canada est la source directe des données sur le Canada, son économie, ses institutions et sa population. Nous compilons et tenons à jour des centaines de bases de données fiables, à partir des habitudes de dépense des familles aux statistiques sur le commerce international et des détails relatifs à la santé et aux niveaux d'instruction des Canadiens aux tendances de l'emploi et de la main-d'œuvre. Nous sommes en mesure de préparer des portraits descriptifs de la société et l'économie canadiennes à l'aide de données provenant de plus de 400 enquêtes.

L'équipe d'experts-conseils de nos services consultatifs est là pour vous aider à mieux connaître Statistique Canada. Nous travaillerons avec vous à définir vos besoins, à passer en revue nos vastes ressources et à rassembler des documents pouvant répondre à ces besoins. Notre personnel hautement qualifié :

- peut analyser et interpréter vos ensembles de données personnalisés
- vous offre un appui constant grâce à notre service de renseignements téléphonique
- organise des ateliers et des conférences sur une large gamme de sujets

Nous pouvons même mener des enquêtes spécifiquement conçues pour répondre à des besoins particuliers.

Dans un contexte social et économique de plus en plus complexe, des renseignements exacts et à jour sont un outil essentiel pour mener à bien des tâches aussi précises que la recherche, la planification, l'enseignement ou l'analyse. Fiez-vous à l'expertise de Statistique Canada pour obtenir les renseignements et les services dont vous avez besoin de manière rapide, professionnelle et rentable.

Téléphonez-nous dès aujourd'hui et découvrez comment vous pouvez profiter de nos chiffres!

**National ENQUIRIES line / Service national de RENSEIGNEMENTS: 1-800-263-1136
National ORDER line / Service national de COMMANDES: 1-800-267-6677
National TDD line / Service national ATS: 1-800-363-7629**

Region / Région	Local calls / Appel local	Fax / Télécopieur
Atlantic Region / Région de l'Atlantique	(902) 426-5331	(902) 426-9538
Québec Region / Région du Québec	(514) 283-5725	(514) 283-9350
National Capital Region / Région de la capitale nationale	(613) 951-8116	(613) 951-0581
Ontario Region / Région de l'Ontario	(416) 973-6586	(416) 973-7475
Pacific Region / Région du Pacifique	(604) 666-3691	(604) 666-6966
Prairies and N.W.T. / Prairies et T.N.-O.		
Manitoba	(204) 983-4020	(204) 983-7543
Saskatchewan	(306) 780-5405	(306) 780-5403
Southern Alberta / Sud de l'Alberta	(403) 292-6717	(403) 292-4958
Northern Alberta and N.W.T. / Nord de l'Alberta et T.N.-O.	(403) 495-3027	(403) 495-5318

Catalogue no. 63-005-XPB

Nº 63-005-XPB au catalogue



Retail Trade

May 1996



Commerce de détail

Mai 1996



Statistics
Canada Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to: Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-9682) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax (902) 426-5331	Regina (306) 780-5405
Montreal (514) 283-5725	Edmonton (403) 495-3027
Ottawa (613) 951-8116	Calgary (403) 292-6717
Toronto (416) 973-6586	Vancouver (604) 666-3691
Winnipeg (204) 983-4020	

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677

How to Order Publications

Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, the Statistics Canada Regional Reference Centres, or from:

Statistics Canada
Operations and Integration Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Telephone: (613) 951-7277
Fax: (613) 951-1584
Toronto (credit card only): (416) 973-8018
Internet: order@statcan.ca

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à: Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone: (613) 951-9682) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada:

Halifax (902) 426-5331	Regina (306) 780-5405
Montréal (514) 283-5725	Edmonton (403) 495-3027
Ottawa (613) 951-8116	Calgary (403) 292-6717
Toronto (416) 973-6586	Vancouver (604) 666-3691
Winnipeg (204) 983-4020	

Vous pouvez également visiter notre site sur le W3: <http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à:

Statistique Canada
Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

Téléphone: (613) 951-7277
Télécopieur: (613) 951-1584
Toronto (carte de crédit seulement): (416) 973-8018
Internet: order@statcan.ca

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

May 1996

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Mai 1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission from
Licence Services, Marketing Division, Statistics
Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

August 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue
\$200.00 annually
United States: US \$24.00 per issue
US \$240.00 annually
Other Countries: US \$28.00 per issue
US \$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 68, No. 5

Frequency: Monthly

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued co-operation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmager dans un système de recouvre-
ment, sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Août 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année
Etats-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année
Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 68, no. 5

Périodicité: Mensuelle

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

©

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

©

TABLE OF CONTENTS

Highlights	PAGE
	v
Charts	PAGE
	vii
For Further Reading	PAGE
	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates) 6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods) 20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods) 26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates) 26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates 28

Appendix

- I. Definitions 31
- II. Trade Group Coverage 33

TABLE DES MATIÈRES

PAGE		PAGE
v	Faits saillants	v
vii	Graphiques	vii
ix	Lectures suggérées	ix
	Tableau	
2	1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
4	2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
6	3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
20	4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
22	5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
24	6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
26	7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
26	8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
28	9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28
	Appendice	
31	I. Définitions	31
33	II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Retail sales remained essentially unchanged at \$17.8 billion for a fourth consecutive month. Gains in Quebec, Manitoba and Nova Scotia were offset by declines in Ontario and British Columbia. The trend has been generally flat since mid-1995 following sustained growth in 1992, 1993 and 1994.

Retail sales increased in four of the seven sectors, accounting for almost 33.0% of total sales. Increasing the most in dollar terms were the furniture (+5.2%), general merchandise (+1.7%) and clothing (+1.3%) sectors. These latest gains were offset by lower sales in two of the largest retail sectors: food (-1.7%) and automotive (-0.2%). Drug store sales were also down (-1.2%).

Sales in the furniture sector bounced back in May with a 5.2% increase, after being the hardest hit in April (-4.4%). Sales by furniture and appliance stores grew 5.5% in May, offsetting the 4.8% drop in April. Sales by retailers of other furnishing products were up 4.0% after four consecutive monthly declines. The trend in the furniture sector may have levelled off after decreasing since February 1995.

Sales remained strong in the general merchandise sector, where a 1.7% advance in May followed a 0.8% gain in April; this amounts to five gains in the last six months. Sales by department stores rose 2.8%, their strongest monthly increase in the last two years; the rise was mostly attributable to higher sales by discount department stores (Zellers inc., K-Mart Canada Ltd. and Wal-Mart Canada Inc.). Sales by other general stores remained virtually unchanged in May after five consecutive monthly increases. This sector has generally seen steady growth since mid-1993.

In contrast, sales by food retailers dropped 1.7% in May, continuing the downward trend observed in the sector since April 1995. This drop in the food sector coincided with declines in the price of food purchased at stores, such as fresh vegetables, beef, bakery products, and fresh fruit.

FAITS SAILLANTS

La valeur des ventes au détail (17.8 milliards de dollars en mai) n'a pour ainsi dire pas changé pour un quatrième mois consécutif. Les gains réalisés au Québec, au Manitoba et en Nouvelle-Écosse ont éclipsé les baisses enregistrées en Ontario et en Colombie-Britannique. Dans l'ensemble, la tendance est stationnaire depuis le milieu de 1995, après une croissance soutenue en 1992, 1993 et 1994.

En mai, les ventes au détail ont augmenté dans quatre des sept secteurs, qui représentent presque 33.0% des ventes totales. Les secteurs de l'ameublement (+5.2%), des magasins de marchandises diverses (+1.7%) et du vêtement (+1.3%) sont ceux qui, en valeur, affichent les gains les plus importants. Ces gains ont été contrebalancés par des ventes plus faibles dans deux principaux secteurs du commerce de détail, soit l'alimentation (-1.7%) et l'automobile (-0.2%). Les ventes ont aussi chuté dans le secteur des pharmacies (-1.2%).

Dans le secteur de l'ameublement, les ventes ont repris, faisant un bond de 5.2% en mai après un recul considérable en avril (-4.4%). Les magasins de meubles et d'appareils ménagers ont enregistré un gain de 5.5% qui compense la baisse de 4.8% observée en avril. Les ventes des détaillants d'autres produit d'ameublement, qui baissaient depuis quatre mois, ont fait un bond de 4.0%. Il se pourrait que la tendance dans ce secteur, à la baisse depuis février 1995, se stabilise enfin.

Les ventes demeurent fermes dans le secteur des magasins de marchandises diverses. Après une hausse de 0.8% en avril, elles ont progressé de 1.7% en mai, ce qui représente le cinquième gain en six mois. La hausse de 2.8% des ventes des grands magasins est le gain mensuel le plus important enregistré par ces derniers au cours de deux dernières années. Elle est attribuable en grande partie à l'augmentation des ventes des grands magasins d'escompte (Zellers inc., K-Mart Canada ltée et Wal-Mart inc.). Les ventes des autres magasins généraux n'ont pratiquement pas évolué en mai, après cinq augmentations mensuelles successives. On note une croissance généralement soutenue dans ce secteur depuis le milieu de 1993.

À l'opposé, les détaillants de produits alimentaires ont accusé un nouveau recul (-1.7%), lequel prolonge la tendance à la baisse observée dans ce secteur depuis avril 1995. Le recul des ventes dans le secteur de l'alimentation coïncide avec la baisse du prix de certains aliments achetés au magasin, tels que les légumes frais, le boeuf, les produits de boulangerie et les fruits frais.

Sales in the automotive sector (including new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and service outlets) dropped 0.2%, the first decline after six consecutive monthly gains. Sales by the automotive sector have been increasing since April 1995. Lower sales in May by motor vehicle and recreational vehicle dealers were partly offset by increases in sales of automotive parts, accessories and services, and stations.

The sales trend for drug stores has increased since April 1995, offsetting poor sales between September 1994 and March 1995. Sales in the clothing sector have increased slightly in recent months after posting declines from April 1995 to January 1996.

Quebec had the largest sales increase in May

Among the four provinces and Territories where retailers rang up higher sales in May, the strongest gains in dollar terms were in Quebec (+1.0%), Manitoba (+1.9%) and Nova Scotia (+1.4%). Lower sales in British Columbia and in Ontario (both down 0.6%) countered most of these gains.

Retail sales in Quebec, which had been falling in previous months, rose 1.0% in May. Sales were 3.0% higher than in May 1995, the strongest year-over-year movement for Quebec retailers since the beginning of the year.

In western Canada, all provinces except Manitoba recorded lower sales. In British Columbia, sales continued to decline, dropping 0.6% in May. This was the third consecutive decline and the fourth drop in the last five months. In Alberta and Saskatchewan, sales down in May after rising in both provinces last month.

Dans le secteur de l'automobile (qui inclut les concessionnaires de véhicules neufs et d'occasion, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services), les ventes ont baissé de 0.2%, ce qui représente le premier recul après six mois consécutifs de croissance. Dans l'ensemble, les ventes de ce secteur augmentent depuis avril 1995. Le fléchissement enregistré en mai par les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs est compensé en partie par l'augmentation des ventes des détaillants de pièces, d'accessoires et de services et des stations-service.

L'augmentation de la tendance des ventes des pharmacies depuis avril 1995 compense les piétres résultats enregistrés de septembre 1994 à mars 1995. Dans le secteur du vêtement, les ventes ont augmenté légèrement ces derniers mois, après une tendance à la baisse qui a persisté d'avril 1995 à janvier 1996.

Le Québec enregistre la plus forte hausse des ventes en mai

Des quatre provinces et territoires où les ventes au détail ont augmenté en mai, ce sont le Québec (+1.0%), le Manitoba (+1.9%) et la Nouvelle-Écosse (+1.4%) qui, en valeur, ont réalisé les gains les plus importants. Le fléchissement des ventes en Colombie-Britannique et en Ontario, qui s'est chiffré à 0.6% dans ces deux provinces, a toutefois annulé en grande partie ces gains.

Au Québec, les ventes au détail, à la baisse au cours des mois précédents, ont augmenté de 1.0% en mai. Leur chiffre dépasse maintenant de 3.0% celui enregistré en mai 1995. Il s'agit du mouvement sur 12 mois le plus important depuis le début de l'année pour les détaillants québécois.

Dans l'ouest du Canada, le chiffre des ventes a baissé dans toutes les provinces, sauf au Manitoba. La tendance à la baisse se poursuit en Colombie-Britannique, où les ventes au détail ont diminué de 0.6% en mai. Il s'agit de la troisième baisse consécutive et de la quatrième en cinq mois. En Alberta et en Saskatchewan, on note un recul en mai, après une hausse dans ces deux provinces le mois précédent.

Chart 1

Retail Sales, Canada

Graphique 1

Ventes au détail, Canada

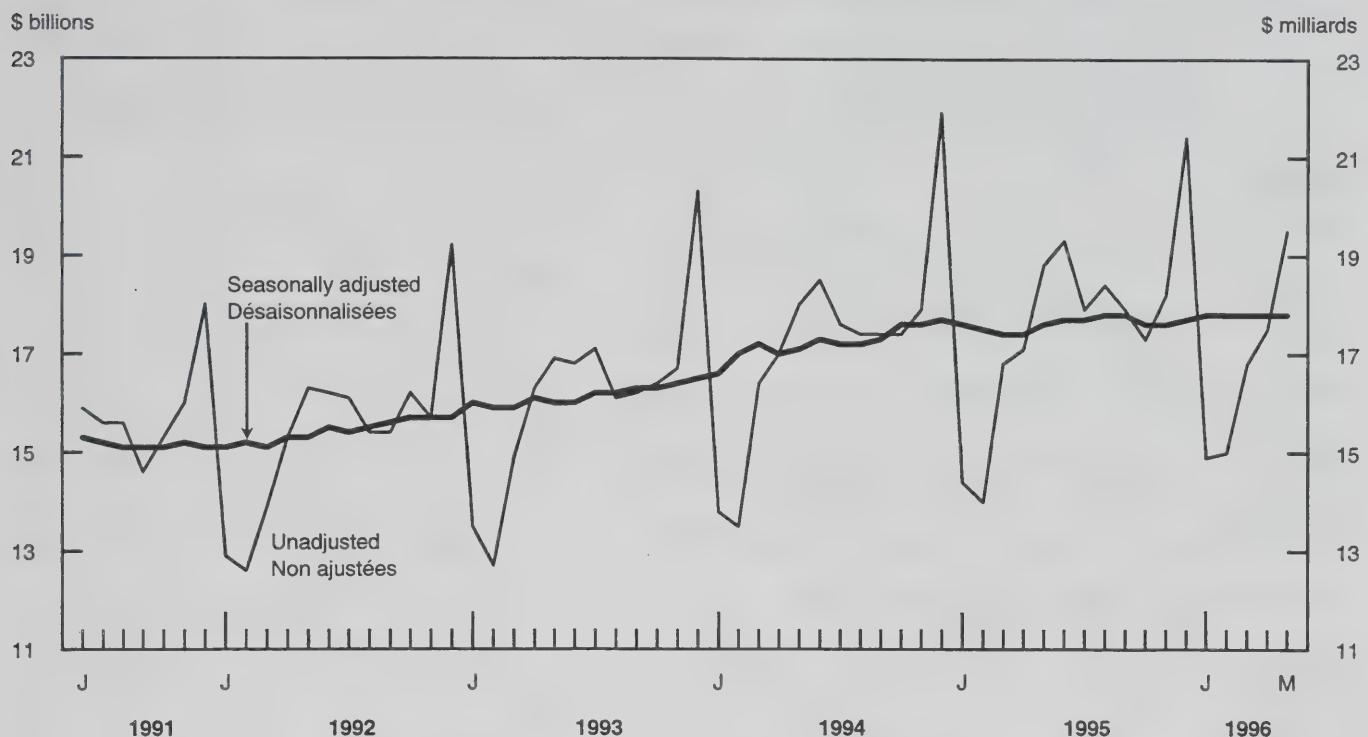
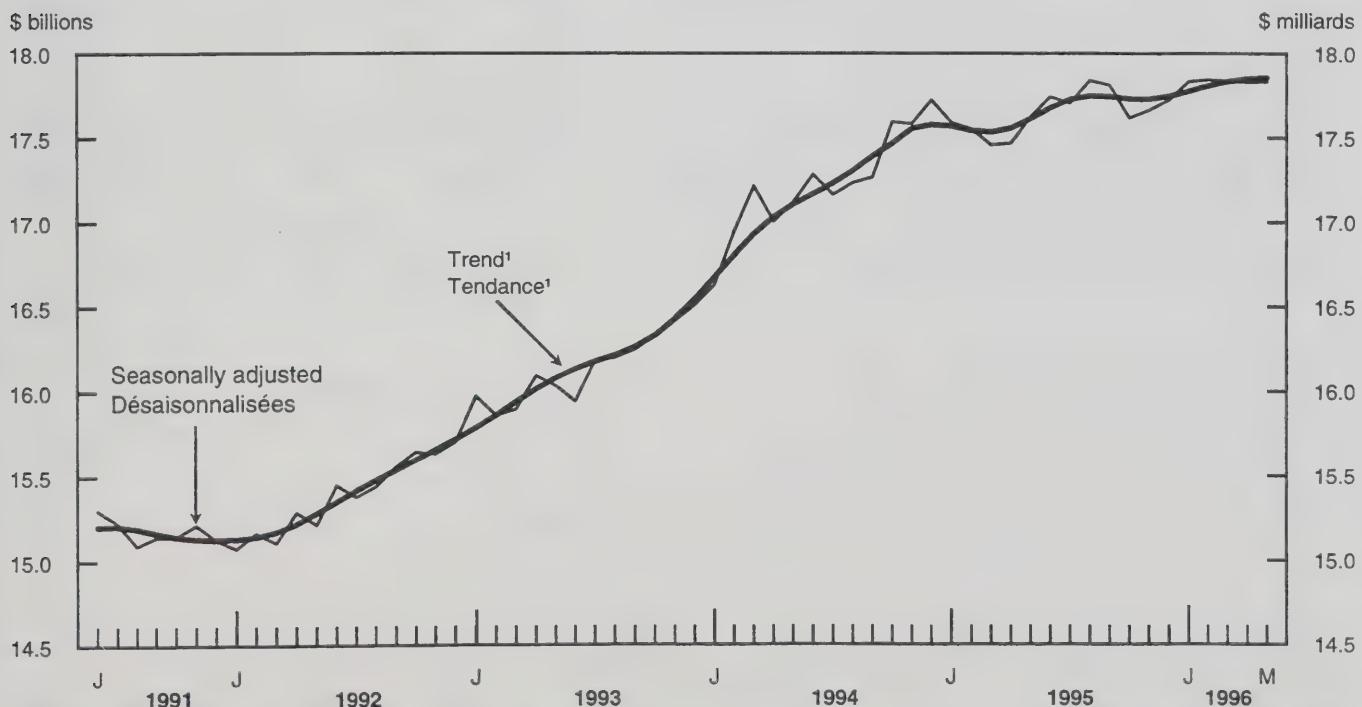


Chart 2

Retail Sales – Canada

Graphique 2

Ventes au détail – Canada

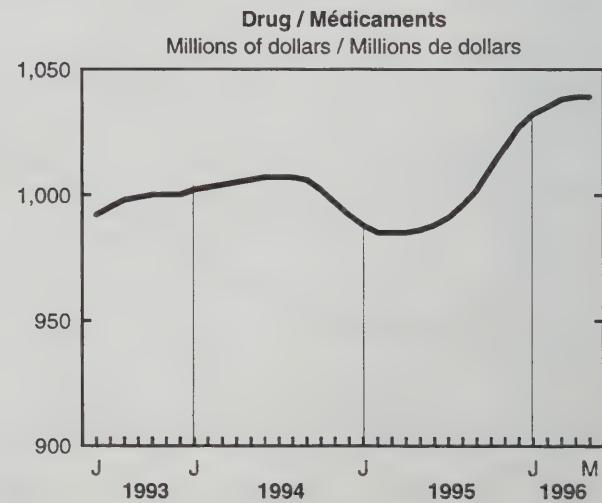
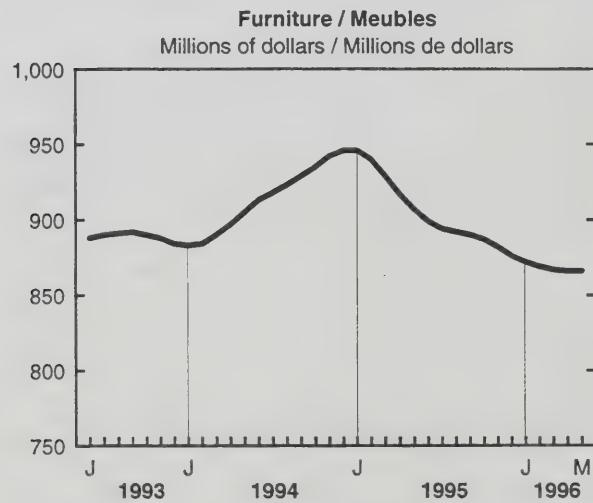
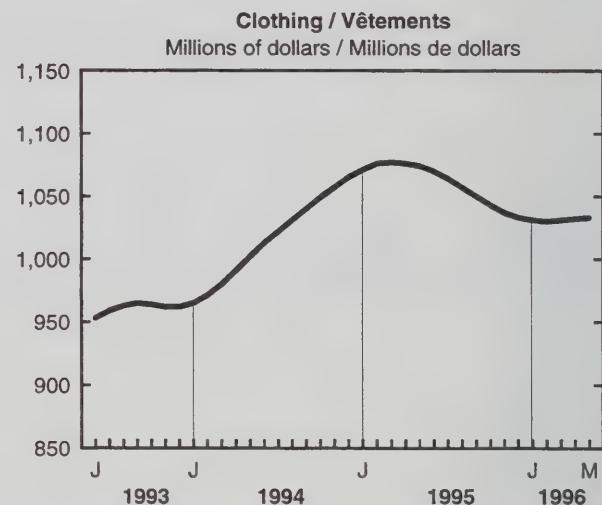
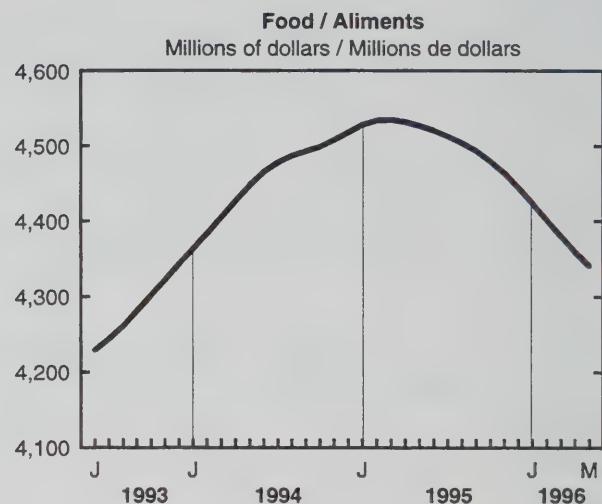
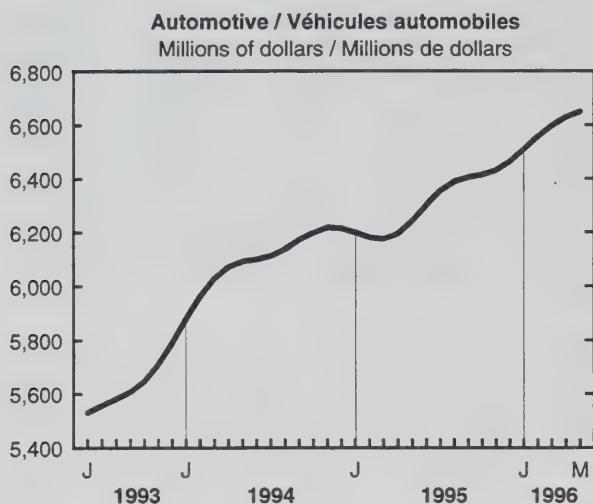


¹ Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

Retail Sales Trends¹ – Canada, By Major Group

Tendances¹ des ventes au détail – Canada, par groupe principal



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING

**Selected Publications
from Statistics Canada**

LECTURES SUGGÉRÉES

**Choisies parmi les publications
de Statistique Canada**

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual	Ventes et stocks des grands magasins, Mensuel, Bilingue	63-002-XPB
Department Store Sales by Region, Advance Release, Monthly, Bilingual	Ventes des grands magasins par région, Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue	63-004-XPB
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	Ventes de véhicules automobiles neufs, Mensuel, Bilingue	63-007-XPB
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, Annuel, Bilingue	63-210-XPB
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual	Exploitants de distributeurs automatiques, Annuel, Bilingue	63-213-XPB
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual	La vente directe au Canada, Annuel, Bilingue	63-218-XPB
Campus Bookstores, Annual, Bilingual	Librairies de campus, Annuel, Bilingue	63-219-XPB
Wholesaling and Retailing in Canada, Annual, Bilingual	Les commerces de gros et de détail au Canada, Annuel, Bilingue	63-236-XPB
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	Recueil statistique des études de marché, Annuel, Bilingue	63-224-XPB
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual	Enquête sur les marchandises vendues au détail, Hors série, Bilingue	63-541-XPB

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes					Year-to- date 1996 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février			May 1996 Mai	April 1996 Avril	
millions of dollars - millions de dollars									
Trade Group - Canada									
1 Supermarkets and grocery stores	3,953.9	4,017.9	4,020.6	4,015.1	20,045.1		-1.6	-0.1	
2 All other food stores	342.8	353.6	348.1	358.6	1,770.5		-3.1	1.6	
3 Drugs and patent medicine stores	1,029.8	1,042.0	1,034.6	1,034.6	5,168.2		-1.2	0.7	
4 Shoe stores	141.5	134.7	135.3	134.7	677.7		5.0	-0.4	
5 Men's clothing stores	127.4	123.4	127.2	128.7	635.4		3.3	-3.1	
6 Women's clothing stores	322.8	324.0	325.0	331.0	1,630.8		-0.4	-0.3	
7 Other clothing stores	452.8	449.5	427.2	438.8	2,213.3		0.7	5.2	
8 Household furniture and appliance stores	683.0	647.4	680.0	673.6	3,348.1		5.5	-4.8	
9 Household furnishings stores	187.7	180.5	185.5	191.6	941.6		4.0	-2.7	
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,229.9	4,274.9	4,259.4	4,272.6	21,243.8		-1.1	0.4	
11 Gasoline service stations	1,407.3	1,386.0	1,360.1	1,304.9	6,765.6		1.5	1.9	
12 Automotive parts, accessories and services	976.6	965.9	967.4	996.7	4,923.7		1.1	-0.1	
13 General merchandise stores	1,981.8	1,949.6	1,934.7	1,939.9	9,732.4		1.7	0.8	
14 Other semi-durable goods stores	615.9	575.4	597.8	592.3	2,986.0		7.0	-3.7	
15 Other durable goods stores	452.6	441.7	459.8	437.4	2,232.1		2.5	-3.9	
16 Other retail stores	894.3	931.0	944.3	961.3	4,702.3		-3.9	-1.4	
17 Total, all stores	17,800.0	17,797.4	17,807.0	17,811.8	89,016.4		--	-0.1	
Regions									
18 Newfoundland	285.7	287.9	286.4	291.6	1,437.2		-0.8	0.5	
19 Prince Edward Island	80.8	80.8	81.2	80.4	399.8		--	-0.5	
20 Nova Scotia	556.9	548.9	560.3	569.4	2,783.6		1.4	-2.0	
21 New Brunswick	446.7	448.6	443.2	442.1	2,224.2		-0.4	1.2	
22 Quebec	4,197.2	4,155.9	4,161.9	4,185.0	20,909.7		1.0	-0.1	
23 Ontario	6,464.4	6,504.2	6,507.3	6,435.2	32,466.4		-0.6	--	
24 Manitoba	648.3	636.1	629.7	621.9	3,173.3		1.9	1.0	
25 Saskatchewan	580.4	582.4	578.5	571.2	2,884.2		-0.3	0.7	
26 Alberta	1,900.0	1,902.9	1,894.0	1,931.2	9,474.9		-0.2	0.5	
27 British Columbia	2,593.5	2,609.4	2,622.5	2,642.4	13,035.0		-0.6	-0.5	
28 Yukon	22.9	22.9	21.7	19.5	106.1		0.2	5.7	
29 Northwest Territories	40.3	41.1	40.8	41.1	202.5		-2.0	0.8	

**TABLEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)**

Change from previous month		Change from previous year						N°	
Variation p. r. au mois précédent		Variation par rapport à l'année précédente							
March 1996 Mars	February 1996 Février	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	Year-to-date 1996 Cumulatif			
Per cent - pourcentage									
0.1	-0.6	-5.4	-4.1	-3.1	-4.4	-4.1	Groupe de commerce - Canada		
-2.9	-2.4	-2.2	--	-0.8	3.8	1.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1	
--	0.7	4.2	5.7	5.6	5.5	4.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2	
0.4	2.4	-4.3	-1.6	-9.9	-5.3	-5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3	
-1.1	--	-6.5	-9.4	-7.5	-15.2	-9.9	Magasins de chaussures	4	
-1.8	0.9	-7.5	-2.5	-5.8	-5.0	-5.6	Magasins de vêtements pour hommes	5	
-2.7	-1.4	3.5	1.9	-1.9	-1.8	1.0	Magasins de vêtements pour dames	6	
0.9	1.4	-4.1	-11.2	-7.6	-10.0	-9.1	Autres magasins de vêtements	7	
-3.1	-2.4	-0.5	-5.3	-3.1	0.6	-1.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8	
-0.3	1.6	4.6	6.6	5.8	5.7	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9	
4.2	-0.2	13.9	15.8	15.2	10.2	13.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10	
-2.9	-2.0	4.4	7.1	3.1	6.4	5.8	Stations-service	11	
-0.3	0.7	4.8	5.1	3.9	4.2	4.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12	
0.9	-2.0	2.4	-2.4	1.9	2.4	1.7	Magasins de marchandises diverses	13	
5.1	-0.7	-2.2	-5.9	-4.2	-7.5	-5.4	Autres magasins de produits semi-durables	14	
-1.8	-1.0	-4.9	0.1	5.2	5.8	2.4	Autres magasins de produits durables	15	
--	0.1	1.1	2.0	2.1	1.6	1.6	Autres magasins de vente au détail	16	
Total, ensemble des magasins									
17									
Régions									
-1.8	2.1	-2.1	-3.4	-1.2	0.9	-1.0	Terre-Neuve	18	
1.0	4.9	6.9	10.8	11.2	9.6	8.7	Île-du-Prince-Édouard	19	
-1.6	3.9	4.4	2.3	6.0	6.9	4.3	Nouvelle-Écosse	20	
0.2	-0.3	6.9	8.9	8.1	7.6	8.1	Nouveau-Brunswick	21	
-0.6	-0.6	3.0	2.0	2.0	2.3	2.0	Québec	22	
1.1	-1.8	-1.5	1.3	-0.2	-2.4	-0.6	Ontario	23	
1.3	-2.4	4.8	5.1	4.8	4.1	5.3	Manitoba	24	
1.3	-0.1	6.4	8.5	10.5	6.5	7.7	Saskatchewan	25	
-1.9	4.6	2.4	4.1	5.3	6.4	3.9	Alberta	26	
-0.8	2.9	1.0	--	2.6	3.9	1.7	Colombie-Britannique	27	
11.0	2.3	16.2	17.9	12.2	1.9	10.0	Yukon	28	
-0.9	5.0	6.7	8.4	8.2	12.3	8.3	Territoires du Nord-Ouest	29	

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes					
		May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	Year-to-date 1996 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	4,248.8	3,847.4	4,030.8	3,760.9	19,656.0	
2	All other food stores	369.0	349.8	341.1	317.7	1,684.7	
3	Drugs and patent medicine stores	1,038.4	1,008.2	1,009.5	977.0	5,026.4	
4	Shoe stores	162.1	133.1	111.9	82.1	585.3	
5	Men's clothing stores	132.5	107.3	98.0	82.4	519.2	
6	Women's clothing stores	349.3	301.2	275.4	224.6	1,382.8	
7	Other clothing stores	431.5	401.6	363.3	292.7	1,807.6	
8	Household furniture and appliance stores	642.6	604.3	626.4	549.3	2,979.9	
9	Household furnishings stores	191.6	169.1	165.3	151.3	834.2	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,272.8	4,889.2	4,327.0	3,619.5	21,497.7	
11	Gasoline service stations	1,476.0	1,282.0	1,281.7	1,183.8	6,441.3	
12	Automotive parts, accessories and services	1,106.2	957.1	857.6	795.0	4,573.1	
13	General merchandise stores	1,983.3	1,761.8	1,650.1	1,407.8	8,189.7	
14	Other semi-durable goods stores	719.6	513.6	464.7	428.3	2,562.1	
15	Other durable goods stores	464.6	392.3	373.5	326.0	1,897.1	
16	Other retail stores	929.1	814.6	834.8	757.8	4,058.4	
17	Total, all stores	19,517.4	17,532.6	16,811.3	14,956.3	83,695.6	
Regions							
18	Newfoundland	305.4	282.7	267.4	236.2	1,315.4	
19	Prince Edward Island	86.4	74.5	70.8	63.4	354.8	
20	Nova Scotia	604.7	540.7	530.9	469.5	2,596.6	
21	New Brunswick	480.4	430.5	407.5	360.8	2,036.3	
22	Quebec	4,850.5	4,236.8	3,935.4	3,447.7	19,952.2	
23	Ontario	7,060.8	6,317.9	6,051.3	5,430.1	30,373.9	
24	Manitoba	700.9	617.9	596.4	524.8	2,969.1	
25	Saskatchewan	614.5	566.9	549.1	479.7	2,699.2	
26	Alberta	2,041.5	1,885.4	1,790.3	1,607.6	8,861.2	
27	British Columbia	2,704.9	2,517.9	2,553.2	2,285.9	12,251.9	
28	Yukon	25.3	21.7	19.0	15.3	96.1	
29	Northwest Territories	42.1	39.7	39.8	35.3	189.1	

**TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)**

Change from previous year					N°	
Variation par rapport à l'année précédente						
May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	Year-to-date 1996 Cumulatif		
Per cent - pourcentage						
					Groupe de commerce - Canada	
- -	-7.0	-3.1	0.7	-2.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1	
1.4	-4.8	1.2	8.9	1.9	Tous les autres magasins d'alimentation 2	
5.9	7.5	3.2	10.4	6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3	
0.3	-5.3	-8.5	-0.4	-4.0	Magasins de chaussures 4	
-2.3	-14.3	-6.6	-8.0	-7.9	Magasins de vêtements pour hommes 5	
-5.2	-5.1	-5.0	0.5	-4.3	Magasins de vêtements pour dames 6	
7.6	1.0	-1.7	3.5	2.9	Autres magasins de vêtements 7	
-1.6	-9.8	-7.6	-4.6	-7.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8	
-0.6	-2.7	-6.7	4.0	-0.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9	
3.5	13.5	-0.5	11.0	6.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10	
17.2	16.7	13.4	14.3	15.1	Stations-service 11	
4.9	9.2	-0.8	11.9	-6.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12	
8.9	3.8	2.6	8.9	5.8	Magasins de marchandises diverses 13	
4.6	-3.4	1.2	5.6	2.6	Autres magasins de produits semi-durables 14	
1.8	-6.9	-3.4	-2.7	-3.4	Autres magasins de produits durables 15	
-1.7	-4.6	7.3	13.4	3.6	Autres magasins de vente au détail 16	
3.7	2.8	0.1	6.7	3.2	Total, ensemble des magasins 17	
					Régions	
0.9	-1.4	-2.9	5.9	0.6	Terre-Neuve 18	
9.6	12.2	11.2	15.5	10.7	Île-du-Prince-Édouard 19	
7.8	3.0	5.8	12.6	6.4	Nouvelle-Écosse 20	
9.1	9.1	6.3	12.1	9.3	Nouveau-Brunswick 21	
6.3	1.8	-0.8	7.9	3.5	Québec 22	
1.1	2.4	-2.8	2.7	1.0	Ontario 23	
8.3	4.4	3.9	8.6	6.6	Manitoba 24	
8.4	9.1	9.4	10.8	9.1	Saskatchewan 25	
4.5	5.3	3.1	11.1	5.1	Alberta 26	
1.4	1.0	1.8	8.3	2.8	Colombie-Britannique 27	
19.5	22.3	9.1	5.5	13.0	Yukon 28	
7.9	7.1	9.2	17.2	9.5	Territoires du Nord-Ouest 29	

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales					
		Ventes					
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1	
millions of dollars - millions de dollars							
Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	11,559.9	12,452.6	12,882.4	12,776.7	11,744.0	
2	All other food stores	965.9	1,069.4	1,058.1	1,104.8	921.4	
3	Drugs and patent medicine stores	2,979.8	3,318.4	2,913.5	2,905.4	2,806.5	
4	Shoe stores	290.1	492.3	443.1	464.7	307.7	
5	Men's clothing stores	279.4	567.9	361.3	413.2	303.0	
6	Women's clothing stores	732.3	1,239.4	1,030.5	1,068.6	758.8	
7	Other clothing stores	974.5	1,724.0	1,357.8	1,224.6	958.3	
8	Household furniture and appliance stores	1,732.9	2,486.1	2,161.7	2,019.0	1,884.2	
9	Household furnishings stores	473.5	664.0	590.4	567.1	468.7	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	11,335.6	11,383.7	12,840.0	14,561.0	10,806.9	
11	Gasoline service stations	3,683.4	3,741.4	3,943.7	3,673.1	3,240.4	
12	Automotive parts, accessories and services	2,509.8	3,107.7	2,890.4	3,007.9	2,351.8	
13	General merchandise stores	4,444.5	7,625.5	5,432.6	5,384.8	4,221.9	
14	Other semi-durable goods stores	1,329.0	2,066.0	1,882.5	1,869.1	1,276.5	
15	Other durable goods stores	1,040.2	1,690.5	1,374.9	1,351.6	1,087.1	
16	Other retail stores	2,314.7	3,279.1	3,002.2	2,802.0	2,118.9	
17	Total, all stores	46,645.7	56,907.8	54,165.0	55,193.5	45,256.1	
Newfoundland							
1	Supermarkets and grocery stores	250.7	267.2	295.5	287.5	253.1	
2	All other food stores	
3	Drugs and patent medicine stores	58.3	70.2	66.2	68.7	66.3	
4	Shoe stores	3.2	6.2	5.6	5.3	3.3	
5	Men's clothing stores	1.7	5.2	3.3	3.9	2.5	
6	Women's clothing stores	8.4	20.1	12.3	12.2	8.5	
7	Other clothing stores	7.2	18.3	11.8	9.4	7.3	
8	Household furniture and appliance stores	16.8	31.2	24.8	21.8	17.8	
9	Household furnishings stores	2.0	4.7	3.7	3.6	3.0	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	136.6	126.7	164.3	188.3	119.0	
11	Gasoline service stations	78.8	88.4	100.7	87.5	74.4	
12	Automotive parts, accessories and services	31.7	44.5	41.5	42.9	34.0	
13	General merchandise stores	83.5	172.9	108.7	99.1	75.0	
14	Other semi-durable goods stores	16.0	33.6	30.8	32.2	20.4	
15	Other durable goods stores	7.6	16.2	9.6	9.4	7.1	
16	Other retail stores	18.7	33.0	23.7	22.2	19.9	
17	Total, all stores	727.3	945.3	910.9	903.3	718.9	

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
-1.6	-2.6	1.0	1.4	1.0	Canada			
4.8	3.1	3.9	20.4	23.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
6.2	2.0	-1.9	-1.6	-1.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-5.7	-9.7	-2.5	1.9	-1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-7.8	-5.0	1.1	-3.7	-4.6	Magasins de chaussures	4		
-3.5	-6.8	2.3	7.9	7.4	Magasins de vêtements pour hommes	5		
1.7	4.3	9.1	15.3	22.8	Magasins de vêtements pour dames	6		
-8.0	-8.7	-1.4	--	8.5	Autres magasins de vêtements	7		
1.0	1.5	-3.3	0.7	2.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
4.9	1.7	8.5	3.9	7.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
13.7	4.6	3.1	4.0	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
6.7	-4.7	-3.4	-5.4	-3.4	Stations-service	11		
5.3	3.8	6.6	6.9	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.1	-5.9	2.6	1.6	-1.9	Magasins de marchandises diverses	13		
-4.3	-7.1	-2.0	0.1	4.6	Autres magasins de produits semi-durables	14		
9.2	2.2	5.8	8.2	5.1	Autres magasins de produits durables	15		
3.1	-0.5	3.3	3.1	3.6	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Terre-Neuve								
-1.0	-1.0	2.1	6.6	5.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-12.1	-7.3	2.0	4.8	3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-2.3	-14.2	-1.1	2.4	-10.8	Magasins de chaussures	4		
-32.0	-32.5	-4.6	-1.5	6.0	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-1.1	-5.3	-7.9	-1.1	3.3	Magasins de vêtements pour dames	6		
-2.1	6.2	19.2	16.1	15.8	Autres magasins de vêtements	7		
-5.6	-17.4	1.9	4.0	5.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-34.8	-7.1	-7.4	2.2	13.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
14.8	6.1	3.8	-2.4	-5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
5.9	3.1	26.6	21.5	10.8	Stations-service	11		
-6.7	-0.5	-2.1	-6.7	1.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
11.4	3.3	-4.7	-4.5	-9.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-21.8	-15.4	-3.4	10.4	11.8	Autres magasins de produits semi-durables	14		
7.4	-16.5	-18.9	-20.0	-29.4	Autres magasins de produits durables	15		
-6.0	2.7	7.4	16.7	16.1	Autres magasins de vente au détail	16		
1.2	-1.2	3.5	3.9	2.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island						
1	Supermarkets and grocery stores	50.2	57.2	62.2	57.6	49.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	16.4	18.4	17.0	16.2	15.7
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores
7	Other clothing stores	2.5	6.3	6.9	2.9	1.9
8	Household furniture and appliance stores	3.6	6.1	4.7	4.8	4.5
9	Household furnishings stores	1.7	2.0	1.4	1.3	1.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	39.8	42.5	48.9	55.8	35.2
11	Gasoline service stations	30.4	32.4	35.9	25.8	20.3
12	Automotive parts, accessories and services	9.6	13.6	11.9	12.6	9.3
13	General merchandise stores	15.1	31.0	23.5	22.2	15.1
14	Other semi-durable goods stores	8.6	14.3	13.8	10.7	7.0
15	Other durable goods stores	2.4	4.8	3.5	3.0	2.0
16	Other retail stores	7.9	11.3	13.7	11.2	8.5
17	Total, all stores	194.0	249.8	253.1	232.2	175.4
Nova Scotia						
1	Supermarkets and grocery stores	469.6	436.5	460.4	450.8	412.7
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	117.2	127.5	112.5	117.6	111.3
4	Shoe stores	6.7	9.8	9.4	9.2	5.5
5	Men's clothing stores	4.9	11.6	6.9	7.1	6.0
6	Women's clothing stores	18.0	37.9	25.5	26.0	18.4
7	Other clothing stores	21.6	47.6	31.9	25.3	20.6
8	Household furniture and appliance stores	32.5	48.4	36.7	34.7	32.9
9	Household furnishings stores	9.3	15.8	16.2	12.2	9.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	321.8	276.1	321.0	429.3	300.0
11	Gasoline service stations	106.9	112.5	126.7	116.0	106.0
12	Automotive parts, accessories and services	56.3	78.9	74.8	75.3	57.4
13	General merchandise stores	132.6	267.3	175.8	167.7	126.8
14	Other semi-durable goods stores	36.1	63.9	52.5	48.5	35.3
15	Other durable goods stores	25.1	45.7	31.7	29.4	20.7
16	Other retail stores	74.3	105.0	107.9	96.1	71.6
17	Total, all stores	1,451.2	1,707.0	1,614.9	1,673.3	1,355.3

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1		
Per cent - pourcentage						
0.9	3.6	9.8	13.6	7.0	Île-du-Prince-Édouard	
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	
4.6	9.0	1.7	0.9	1.9	Tous les autres magasins d'alimentation	
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	
..	Magasins de vêtements pour hommes	
30.4	13.3	1.3	-19.9	-15.6	Magasins de vêtements pour dames	
-19.3	-20.3	-30.0	-21.6	-12.0	Autres magasins de vêtements	
53.7	5.2	-43.4	-41.4	-37.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	
13.2	4.0	20.2	5.1	2.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	
49.5	39.9	25.5	9.0	-8.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	
3.9	-4.9	-13.9	-11.6	-11.0	Stations-service	
0.3	-3.3	-1.9	2.4	-7.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	
23.4	29.5	19.6	22.4	18.5	Magasins de marchandises diverses	
19.2	20.2	21.3	25.5	-0.8	Autres magasins de produits semi-durables	
-6.9	-9.8	-10.4	-1.1	-1.5	Autres magasins de produits durables	
10.6	6.3	7.7	4.9	-0.5	Autres magasins de vente au détail	
					Total, ensemble des magasins	
Nouvelle-Écosse						
13.8	-4.8	-2.7	2.7	6.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	
..	Tous les autres magasins d'alimentation	
5.3	-0.1	0.6	8.7	-0.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	
21.5	-12.3	-0.2	3.2	-17.5	Magasins de chaussures	
-17.5	-10.1	8.0	3.1	10.2	Magasins de vêtements pour hommes	
-1.9	-4.4	-8.2	-1.6	-3.6	Magasins de vêtements pour dames	
4.8	5.9	13.1	14.9	15.9	Autres magasins de vêtements	
-1.3	-8.7	-12.0	-9.5	-10.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	
-1.6	-5.7	9.9	-7.3	4.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	
7.2	-7.5	-4.5	3.4	-4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	
0.9	-9.6	-9.5	-16.8	-24.8	Stations-service	
-1.9	-7.5	-1.9	-13.0	-1.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	
4.6	0.4	2.6	3.4	-0.4	Magasins de marchandises diverses	
2.3	-9.0	0.1	0.9	-5.6	Autres magasins de produits semi-durables	
21.3	11.9	20.6	22.5	8.4	Autres magasins de produits durables	
3.7	-3.7	2.0	2.5	-4.0	Autres magasins de vente au détail	
7.1	-4.4	-1.9	1.2	-1.7	Total, ensemble des magasins	

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick					
1 Supermarkets and grocery stores	299.3	315.0	338.0	314.0	283.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	109.1	127.8	109.2	106.6	100.5
4 Shoe stores	5.0	10.3	9.1	9.0	5.4
5 Men's clothing stores	4.2	10.7	5.4	6.6	4.4
6 Women's clothing stores	17.8	33.9	22.6	23.0	15.6
7 Other clothing stores	16.2	33.9	23.9	17.8	14.0
8 Household furniture and appliance stores	38.2	50.8	40.2	34.1	32.2
9 Household furnishings stores	8.9	16.4	12.7	10.7	8.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	270.9	266.2	311.5	342.1	223.4
11 Gasoline service stations	77.1	88.6	107.1	92.4	93.8
12 Automotive parts, accessories and services	68.4	92.4	81.9	82.2	61.1
13 General merchandise stores	111.2	218.3	138.2	130.4	98.8
14 Other semi-durable goods stores	30.3	44.9	36.6	37.6	23.3
15 Other durable goods stores	13.1	29.3	23.0	21.2	15.0
16 Other retail stores	44.7	67.3	65.8	58.6	43.3
17 Total, all stores	1,125.4	1,417.8	1,338.0	1,298.3	1,028.6
Quebec					
1 Supermarkets and grocery stores	2,899.7	3,290.0	3,387.0	3,387.5	3,162.4
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	720.4	771.3	648.7	649.6	654.6
4 Shoe stores	90.9	179.4	153.7	159.9	93.1
5 Men's clothing stores	66.4	134.6	87.9	111.5	71.0
6 Women's clothing stores	213.2	328.9	293.0	301.6	202.8
7 Other clothing stores	272.2	455.6	390.7	378.3	268.1
8 Household furniture and appliance stores	468.7	632.8	612.5	600.4	453.0
9 Household furnishings stores	107.7	149.6	150.6	157.9	103.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,455.2	2,374.4	2,758.2	3,241.8	2,257.4
11 Gasoline service stations	842.3	855.4	820.4	764.7	682.5
12 Automotive parts, accessories and services	636.3	838.6	741.7	796.1	564.2
13 General merchandise stores	936.7	1,479.2	1,106.4	1,138.5	863.5
14 Other semi-durable goods stores	285.1	441.1	446.2	447.6	288.9
15 Other durable goods stores	213.1	345.9	294.7	296.0	222.1
16 Other retail stores	349.1	531.2	435.1	459.8	353.4
17 Total, all stores	10,864.9	13,150.0	12,674.3	13,229.4	10,544.2

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
5.4	2.3	5.8	0.2	-8.6	Nouveau-Brunswick			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
8.5	12.5	13.2	13.0	14.0	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-7.9	-4.6	10.0	11.9	4.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-6.1	-14.5	-25.5	-21.2	-19.2	Magasins de chaussures	4		
13.7	3.7	-2.1	5.7	2.8	Magasins de vêtements pour hommes	5		
16.3	30.3	27.8	15.0	8.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
18.5	-1.9	8.0	0.1	4.6	Autres magasins de vêtements	7		
7.2	24.4	13.8	3.4	8.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
21.3	14.6	28.8	5.6	-7.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-17.9	-23.7	-13.2	-15.5	-2.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
12.0	2.0	-2.8	0.2	7.7	Stations-service	11		
12.5	7.1	-0.3	-6.8	-7.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
30.2	9.7	19.6	21.8	18.0	Magasins de marchandises diverses	13		
-12.8	-12.6	3.5	6.4	6.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
3.2	-1.0	2.7	8.8	2.6	Autres magasins de produits durables	15		
9.4	4.2	8.3	1.8	-3.0	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Québec								
-8.3	-7.3	-5.9	-6.2	-4.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
10.1	4.0	-11.5	-12.9	-5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-2.4	-3.8	2.0	2.3	-3.0	Magasins de chaussures	4		
-6.4	-7.1	-7.1	-3.9	-4.0	Magasins de vêtements pour hommes	5		
5.1	-2.1	4.2	7.4	3.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
1.6	6.4	14.9	18.6	20.8	Autres magasins de vêtements	7		
3.5	0.8	9.0	14.1	20.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
4.5	2.7	5.5	13.9	14.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
8.8	1.9	-0.9	-10.2	-4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
23.4	16.3	8.7	8.2	-3.8	Stations-service	11		
12.8	1.4	1.4	-2.3	-3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
8.5	1.5	1.3	3.4	1.4	Magasins de marchandises diverses	13		
-1.3	-10.0	-4.2	-4.1	-1.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-4.0	-1.9	7.8	7.8	7.6	Autres magasins de produits durables	15		
-1.2	-2.2	1.2	1.0	7.3	Autres magasins de vente au détail	16		
3.0	-0.8	-0.7	-3.2	-1.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
Ontario					
1 Supermarkets and grocery stores	3,647.5	3,891.6	4,026.7	4,061.7	3,794.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	1,168.1	1,290.3	1,148.9	1,152.7	1,079.5
4 Shoe stores	102.5	165.1	151.0	162.9	115.7
5 Men's clothing stores	107.4	220.6	138.4	164.1	124.6
6 Women's clothing stores	254.5	454.2	372.4	401.8	287.0
7 Other clothing stores	345.8	633.8	480.6	434.3	360.0
8 Household furniture and appliance stores	560.0	846.1	718.0	681.7	704.3
9 Household furnishings stores	180.1	244.6	219.9	212.6	185.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,266.5	4,454.8	5,022.0	5,621.3	4,326.8
11 Gasoline service stations	1,390.3	1,404.0	1,488.4	1,387.9	1,218.2
12 Automotive parts, accessories and services	946.1	1,175.0	1,079.1	1,143.6	923.9
13 General merchandise stores	1,627.5	2,929.3	2,001.5	1,978.0	1,565.6
14 Other semi-durable goods stores	509.4	799.6	704.4	688.7	483.4
15 Other durable goods stores	374.0	637.8	503.4	517.0	430.5
16 Other retail stores	1,080.3	1,525.8	1,440.2	1,290.3	915.9
17 Total, all stores	16,995.1	21,144.8	19,957.8	20,407.2	16,915.0
Manitoba					
1 Supermarkets and grocery stores	483.1	508.5	510.8	502.4	443.1
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	74.2	86.6	75.4	72.7	66.9
4 Shoe stores	8.8	15.7	12.5	12.9	8.1
5 Men's clothing stores	7.3	15.6	9.4	11.2	8.1
6 Women's clothing stores	18.2	31.8	26.4	27.8	20.7
7 Other clothing stores	35.2	61.9	42.8	40.4	30.4
8 Household furniture and appliance stores	56.2	77.5	63.3	56.7	53.4
9 Household furnishings stores	11.6	16.2	15.0	14.1	12.2
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	373.0	362.8	412.0	467.4	333.4
11 Gasoline service stations	147.3	156.8	176.6	171.6	151.3
12 Automotive parts, accessories and services	89.3	100.7	89.3	91.4	63.9
13 General merchandise stores	185.0	320.9	234.4	236.6	191.1
14 Other semi-durable goods stores	41.5	67.2	50.7	47.4	36.2
15 Other durable goods stores	34.6	63.6	52.8	52.4	41.1
16 Other retail stores	65.8	99.2	85.3	80.8	65.5
17 Total, all stores	1,650.2	2,008.0	1,877.5	1,908.8	1,545.1

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
-3.9	-3.8	1.4	2.1	3.1	Ontario			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
8.2	3.4	1.6	3.4	0.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-11.3	-16.0	-7.9	-5.4	-4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-13.9	-9.2	-2.5	-7.9	-6.1	Magasins de chaussures	4		
-11.3	-12.6	-0.9	5.7	10.4	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-3.9	1.5	3.9	14.8	33.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
-20.5	-16.7	-11.9	-6.0	6.8	Autres magasins de vêtements	7		
-3.0	-7.5	-10.7	-3.8	0.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-1.4	-4.9	11.5	5.6	11.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
14.1	7.7	9.8	6.4	0.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
2.4	-7.1	-5.6	-6.0	-4.3	Stations-service	11		
3.9	4.7	9.2	9.6	7.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
5.4	-4.3	8.7	6.2	0.7	Magasins de marchandises diverses	13		
-13.1	-12.7	-7.0	-2.0	9.3	Autres magasins de produits semi-durables	14		
18.0	7.3	10.5	13.1	4.7	Autres magasins de produits durables	15		
0.5	-2.1	4.7	4.8	6.3	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Manitoba								
9.0	5.9	6.7	5.8	-3.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
10.8	18.8	18.5	14.0	8.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
7.7	13.6	27.2	23.6	1.9	Magasins de chaussures	4		
-10.1	-11.2	-6.3	-11.9	-15.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-12.1	-15.7	-10.4	-13.0	-10.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
15.8	11.5	10.2	17.1	13.2	Autres magasins de vêtements	7		
5.3	-6.2	8.0	1.7	6.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-4.4	10.1	13.8	6.4	22.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
11.9	2.9	20.5	15.8	7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-2.6	-4.5	3.7	16.8	10.6	Stations-service	11		
39.6	16.2	4.5	-4.1	-11.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-3.2	-0.6	4.6	6.1	2.4	Magasins de marchandises diverses	13		
14.8	8.8	10.9	-8.0	-0.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-15.8	-10.9	5.0	12.5	22.9	Autres magasins de produits durables	15		
0.4	3.2	10.9	10.6	3.8	Autres magasins de vente au détail	16		
6.8	2.7	9.1	8.4	2.3	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan					
1 Supermarkets and grocery stores	397.1	427.8	436.2	425.1	369.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	61.0	79.8	73.0	85.4	83.1
4 Shoe stores	6.3	10.2	9.2	10.9	7.0
5 Men's clothing stores	6.2	15.9	9.0	8.9	6.5
6 Women's clothing stores	17.5	30.9	23.8	24.6	17.8
7 Other clothing stores	27.1	51.3	34.6	34.0	24.1
8 Household furniture and appliance stores	38.6	58.7	52.2	48.0	49.1
9 Household furnishings stores	14.7	21.1	16.8	14.9	13.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	408.6	422.5	389.6	409.1	324.0
11 Gasoline service stations	154.0	142.8	145.9	134.5	117.3
12 Automotive parts, accessories and services	79.4	96.1	117.3	125.4	90.8
13 General merchandise stores	174.6	277.7	202.1	202.7	159.6
14 Other semi-durable goods stores	36.2	67.3	53.3	46.4	35.7
15 Other durable goods stores	27.8	47.9	38.3	35.4	27.2
16 Other retail stores	54.3	78.1	71.9	66.3	51.8
17 Total, all stores	1,517.8	1,843.2	1,685.4	1,682.3	1,387.1
Alberta					
1 Supermarkets and grocery stores	1,280.2	1,382.7	1,443.9	1,416.5	1,275.4
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	269.8	298.6	262.6	253.4	253.2
4 Shoe stores	26.7	41.3	39.2	40.0	28.1
5 Men's clothing stores	35.9	67.0	42.9	40.2	31.0
6 Women's clothing stores	75.8	122.3	97.1	102.2	77.2
7 Other clothing stores	118.9	202.8	161.5	132.1	103.1
8 Household furniture and appliance stores	213.6	314.8	253.6	228.0	233.7
9 Household furnishings stores	54.2	76.8	59.9	51.3	44.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,207.5	1,320.3	1,394.2	1,594.4	1,092.7
11 Gasoline service stations	364.0	343.7	366.5	349.8	313.4
12 Automotive parts, accessories and services	253.4	304.6	311.4	317.1	268.0
13 General merchandise stores	471.3	795.6	566.8	561.7	450.6
14 Other semi-durable goods stores	136.3	198.8	171.8	190.2	124.4
15 Other durable goods stores	136.8	208.0	163.6	145.7	117.2
16 Other retail stores	257.7	351.6	309.9	302.6	244.0
17 Total, all stores	4,934.2	6,068.2	5,679.8	5,759.4	4,688.6

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
7.5	14.5	12.3	10.8	6.8	Saskatchewan			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-26.6	-26.3	-30.6	-22.2	-21.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-10.5	-15.8	-4.7	13.9	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-5.7	11.1	9.7	-19.6	-24.2	Magasins de chaussures	4		
-1.6	2.1	2.8	2.8	1.2	Magasins de vêtements pour hommes	5		
12.5	11.2	11.4	28.1	12.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
-21.5	-12.2	7.3	7.3	20.5	Autres magasins de vêtements	7		
8.4	5.0	5.1	-1.5	3.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
26.1	13.7	18.9	12.8	13.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
31.3	7.5	-0.4	2.2	3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-12.6	-26.9	-7.6	-4.8	0.1	Stations-service	11		
9.4	7.6	11.1	10.5	7.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
1.3	11.9	16.2	-11.9	-7.6	Magasins de marchandises diverses	13		
2.2	-1.6	-0.1	-13.9	-8.3	Autres magasins de produits semi-durables	14		
4.7	1.1	3.9	3.7	7.7	Autres magasins de produits durables	15		
9.4	4.5	6.9	5.0	4.8	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Alberta								
0.4	0.3	5.4	5.0	0.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
6.5	-1.1	0.2	-4.9	-9.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-5.0	-8.1	-0.4	22.9	17.8	Magasins de chaussures	4		
15.7	19.8	37.7	-0.7	-17.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-1.8	-11.3	0.8	14.3	11.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
15.2	9.3	15.0	14.0	16.9	Autres magasins de vêtements	7		
-8.6	-4.6	-0.4	-9.7	1.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
21.5	26.2	0.8	-7.6	-15.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
10.5	19.2	13.9	5.5	2.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
16.2	-11.3	-18.4	-13.2	-6.9	Stations-service	11		
-5.4	-22.5	-14.9	-16.5	-4.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.6	4.9	7.5	8.6	5.1	Magasins de marchandises diverses	13		
9.5	-9.8	-12.8	-4.4	-18.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
16.7	-0.9	-6.2	-3.0	3.7	Autres magasins de produits durables	15		
5.6	-1.7	4.8	10.3	11.3	Autres magasins de vente au détail	16		
5.2	1.5	2.9	1.5	0.1	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
	millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia					
1 Supermarkets and grocery stores	1,744.2	1,835.4	1,879.6	1,834.7	1,665.9
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	379.7	441.4	393.8	376.3	369.8
4 Shoe stores	39.1	52.4	51.6	53.0	40.6
5 Men's clothing stores	44.2	83.6	56.0	57.9	47.4
6 Women's clothing stores	106.2	174.2	152.9	144.9	107.9
7 Other clothing stores	125.6	208.2	169.5	146.6	126.3
8 Household furniture and appliance stores	300.5	413.7	350.7	304.4	299.4
9 Household furnishings stores	82.4	115.4	93.1	87.3	86.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,834.9	1,716.7	1,996.4	2,187.9	1,777.8
11 Gasoline service stations	479.6	504.9	559.9	529.8	452.7
12 Automotive parts, accessories and services	333.6	357.0	333.3	312.9	274.1
13 General merchandise stores	661.2	1,077.9	822.9	794.1	631.1
14 Other semi-durable goods stores	223.8	327.0	314.7	312.7	217.1
15 Other durable goods stores	202.1	286.0	248.6	236.5	200.7
16 Other retail stores	354.2	465.6	437.7	404.1	337.5
17 Total, all stores	7,029.2	8,192.4	7,988.3	7,919.4	6,755.3
Yukon and Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	38.3	40.5	42.2	38.8	33.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores
4 Shoe stores	X	X	X	X	X
5 Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6 Women's clothing stores	0.7	1.3	1.1	1.3	0.9
7 Other clothing stores
8 Household furniture and appliance stores	4.1	5.9	5.1	4.6	4.0
9 Household furnishings stores	1.0	1.3	1.3	1.1	1.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	21.0	20.4	22.0	23.7	17.1
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	45.8	55.4	52.2	53.9	44.6
14 Other semi-durable goods stores	5.7	8.3	7.7	6.9	4.8
15 Other durable goods stores	3.7	5.3	5.6	5.4	3.5
16 Other retail stores	7.8	10.9	11.1	10.0	7.5
17 Total, all stores	156.3	181.3	185.0	179.8	142.7

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
4.7	1.1	6.3	8.4	7.7	Colombie-Britannique			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
2.7	0.5	3.8	4.3	2.3	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-3.6	-12.0	-8.0	3.2	-1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-6.8	-3.1	6.6	16.2	17.0	Magasins de chaussures	4		
-1.6	3.0	14.9	21.7	14.3	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-0.5	-3.1	3.6	8.7	-14.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
0.4	-7.0	3.2	-2.5	3.6	Autres magasins de vêtements	7		
-5.0	5.2	-6.5	-2.0	-0.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
3.2	4.7	7.5	21.2	27.1	Magasins d'accessoires d'aménagement	9		
5.9	2.5	-0.3	9.4	8.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
21.7	13.0	5.5	1.9	-1.8	Stations-service	11		
4.8	5.2	10.7	8.7	4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
3.1	-8.3	5.4	4.6	0.8	Magasins de marchandises diverses	13		
0.7	-5.7	-2.7	-4.0	-6.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
4.9	-2.8	-2.0	2.2	2.1	Autres magasins de produits durables	15		
4.1	1.2	5.0	10.1	10.2	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Yukon et Territoires du Nord-Ouest								
13.7	-10.1	-6.1	-12.7	-11.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-26.7	-9.4	0.2	14.7	18.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
..	Autres magasins de vêtements	7		
3.8	17.1	28.4	21.6	11.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-3.0	-8.1	-6.1	-13.0	-10.9	Magasins d'accessoires d'aménagement	9		
22.8	21.9	22.0	15.4	9.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
2.8	-3.8	7.9	4.4	2.0	Magasins de marchandises diverses	13		
19.3	1.6	4.9	13.1	14.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
5.6	-7.8	-15.6	-12.4	4.9	Autres magasins de produits durables	15		
4.6	1.8	4.9	11.4	-1.5	Autres magasins de vente au détail	16		
9.6	-1.1	4.1	2.8	-0.4	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

No.	Trade Group	Sales Ventes				
		Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1
		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	17.0	18.4	20.1	17.5	14.9
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.9	7.1	7.4	10.1	6.2
11	Gasoline service stations
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	2.1	3.5	4.1	3.2	2.1
15	Other durable goods stores
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	49.1	62.0	68.9	62.2	46.1
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	21.3	22.1	22.1	21.4	18.8
2	All other food stores
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.6	2.2	1.7	1.8	1.4
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14.1	13.3	14.6	13.6	10.9
11	Gasoline service stations	6.0	4.7	4.5	3.9	4.0
12	Automotive parts, accessories and services
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.6	4.8	3.6	3.7	2.7
15	Other durable goods stores	2.0	2.4	2.2	2.7	1.8
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	107.3	119.3	116.1	117.6	96.6

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Quarter 1 1995 Trimestre 1				
Per cent - pourcentage								
14.1	40.8	38.5	24.9	20.3	Yukon			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
X	X	X	X	X	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
..	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
11.2	9.0	15.7	16.2	17.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
1.6	0.8	-3.2	4.9	10.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
..	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
6.5	14.2	16.3	12.1	8.0	Total, ensemble des magasins	17		
Territoires du Nord-Ouest								
13.3	-30.9	-27.4	-29.9	-26.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
15.9	23.6	-12.2	-11.5	-23.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
29.4	30.1	25.5	14.9	5.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
49.4	12.9	-9.9	-8.7	-6.4	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
33.1	2.3	15.8	21.4	18.7	Autres magasins de produits semi-durables	14		
8.5	-12.2	-13.1	13.9	6.1	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
11.0	-7.5	-2.0	-1.5	-4.0	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.		Response fraction Fraction de réponse			
		May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février
		Per cent - pourcentage			
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	94.2	95.8	95.3	96.0
2	All other food stores	82.7	88.9	86.6	85.1
3	Drugs and patent medicine stores	92.3	94.0	94.0	94.4
4	Shoe stores	95.8	97.4	96.7	95.1
5	Men's clothing stores	93.0	93.9	90.8	94.8
6	Women's clothing stores	93.2	92.3	90.8	92.4
7	Other clothing stores	91.9	94.5	91.3	93.4
8	Household furniture and appliance stores	90.4	91.9	91.9	94.6
9	Household furnishings stores	88.0	91.9	92.4	92.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.4	96.4	96.9	96.6
11	Gasoline service stations	91.7	93.8	93.9	93.6
12	Automotive parts, accessories and services	87.7	90.7	92.8	92.3
13	General merchandise stores	99.5	99.5	99.8	99.6
14	Other semi-durable goods stores	91.9	93.5	93.1	94.4
15	Other durable goods stores	91.6	94.7	94.4	95.5
16	Other retail stores	95.3	96.6	96.3	96.3
17	Total, all stores	93.6	95.4	95.3	95.5
Regions					
18	Newfoundland	96.0	96.7	97.1	96.7
19	Prince Edward Island	93.8	95.7	96.3	92.2
20	Nova Scotia	93.7	94.9	95.5	96.1
21	New Brunswick	96.9	96.0	97.1	97.0
22	Quebec	92.3	94.3	94.7	94.4
23	Ontario	92.5	95.0	94.4	95.2
24	Manitoba	92.7	96.5	96.5	96.2
25	Saskatchewan	96.2	97.0	96.4	97.0
26	Alberta	93.4	94.5	95.2	94.7
27	British Columbia	97.6	97.8	97.7	97.7
28	Yukon	89.7	91.8	88.7	87.3
29	Northwest Territories	97.3	97.8	96.6	96.5

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
1.5	1.5	1.6	1.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
5.5	5.4	5.7	9.8	Tous les autres magasins d'alimentation 2
1.9	1.8	1.9	2.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
2.8	3.3	3.8	4.0	Magasins de chaussures 4
5.0	4.6	4.6	4.1	Magasins de vêtements pour hommes 5
3.6	3.8	3.3	3.1	Magasins de vêtements pour dames 6
5.6	5.6	4.9	5.4	Autres magasins de vêtements 7
2.8	3.0	2.7	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
6.5	5.9	3.8	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.4	6.1	4.6	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
3.0	3.0	2.8	3.0	Stations-service 11
2.6	2.9	2.8	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.6	0.5	0.5	0.6	Magasins de marchandises diverses 13
4.2	2.7	2.8	2.8	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.7	3.2	3.6	3.3	Autres magasins de produits durables 15
2.1	1.8	4.0	3.0	Autres magasins de vente au détail 16
1.3	1.8	1.3	1.2	Total, ensemble des magasins 17
Régions				
2.5	2.8	2.9	2.7	Terre-Neuve 18
1.5	1.5	2.2	2.4	Île-du-Prince-Édouard 19
4.7	4.5	4.6	4.8	Nouvelle-Écosse 20
2.3	2.5	2.2	2.4	Nouveau-Brunswick 21
2.5	2.4	1.9	1.8	Québec 22
3.0	4.5	3.2	2.7	Ontario 23
2.5	2.1	1.9	2.4	Manitoba 24
2.7	2.7	2.5	2.5	Saskatchewan 25
2.4	2.9	2.6	2.4	Alberta 26
1.9	1.7	1.8	1.8	Colombie-Britannique 27
1.5	0.8	1.2	1.2	Yukon 28
1.8	2.2	2.2	2.3	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.		May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	3,953.9	4,017.9	4,020.6	4,015.1	4,037.7	4,117.7	4,091.6
2	All other food stores	342.8	353.6	348.1	358.6	367.4	349.4	342.9
3	Drugs and patent medicine stores	1,029.8	1,042.0	1,034.6	1,034.6	1,027.2	1,031.3	1,017.0
4	Shoe stores	141.5	134.7	135.3	134.7	131.6	132.5	143.4
5	Men's clothing stores	127.4	123.4	127.2	128.7	128.6	130.7	129.7
6	Women's clothing stores	322.8	324.0	325.0	331.0	328.0	329.9	327.6
7	Other clothing stores	452.8	449.5	427.2	438.8	445.0	438.8	438.7
8	Household furniture and appliance stores	683.0	647.4	680.0	673.6	664.0	683.9	682.7
9	Household furnishings stores	187.7	180.5	185.5	191.6	196.2	196.7	194.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,229.9	4,274.9	4,259.4	4,272.6	4,207.0	4,177.1	4,164.0
11	Gasoline service stations	1,407.3	1,386.0	1,360.1	1,304.9	1,307.4	1,277.8	1,231.5
12	Automotive parts, accessories and service	976.6	965.9	967.4	996.7	1,017.1	974.0	976.6
13	General merchandise stores	1,981.8	1,949.6	1,934.7	1,939.9	1,926.5	1,914.3	1,901.7
14	Other semi-durable goods stores	615.9	575.4	597.8	592.3	604.5	572.5	576.3
15	Other durable goods stores	452.6	441.7	459.8	437.4	440.6	440.8	440.4
16	Other retail stores	894.3	931.0	944.3	961.3	971.3	923.5	973.2
17	Total, all stores	17,800.0	17,797.6	17,807.0	17,811.8	17,800.2	17,690.7	17,631.8
Regions								
18	Newfoundland	285.7	287.9	286.4	291.6	285.6	282.2	287.3
19	Prince Edward Island	80.8	80.8	81.2	80.4	76.6	79.1	78.9
20	Nova Scotia	556.9	548.9	560.3	569.4	548.1	536.6	520.1
21	New Brunswick	446.7	448.6	443.2	442.1	443.6	439.3	434.7
22	Quebec	4,197.2	4,155.9	4,161.9	4,185.0	4,209.8	4,189.3	4,220.3
23	Ontario	6,464.4	6,504.2	6,507.3	6,435.2	6,555.3	6,485.2	6,439.5
24	Manitoba	648.3	636.1	629.7	621.9	637.2	612.3	603.8
25	Saskatchewan	580.4	582.4	578.5	571.2	571.7	564.3	560.4
26	Alberta	1,900.0	1,902.9	1,894.0	1,931.2	1,846.8	1,867.1	1,870.0
27	British Columbia	2,593.5	2,609.4	2,622.5	2,642.4	2,567.1	2,576.3	2,560.4
28	Yukon	22.9	22.9	21.7	19.5	19.1	20.8	20.3
29	Northwest Territories	40.3	41.1	40.8	41.1	39.2	38.2	36.1

**TABLEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai		N°
millions of dollars - millions de dollars							
Groupe de commerce - Canada							
4,116.0	4,155.8	4,150.3	4,168.0	4,153.6	4,178.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
342.1	346.2	338.4	338.5	343.5	350.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,006.5	1,002.6	987.6	988.3	984.9	988.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
133.2	140.1	143.3	144.4	152.4	147.8	Magasins de chaussures	4
131.6	134.1	136.3	138.4	139.3	136.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
326.9	335.8	339.7	343.7	365.4	349.1	Magasins de vêtements pour dames	6
436.7	443.1	439.5	437.8	436.1	437.5	Autres magasins de vêtements	7
690.4	700.8	706.5	703.6	699.0	712.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
192.3	192.5	188.6	186.1	188.2	188.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,191.2	4,241.7	4,278.4	4,123.7	4,169.8	4,045.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,223.3	1,230.8	1,226.8	1,234.9	1,230.1	1,235.3	Stations-service	11
932.9	947.9	962.5	954.4	952.4	935.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,901.2	1,902.9	1,909.3	1,899.6	1,909.9	1,891.7	Magasins de marchandises diverses	13
580.6	616.2	606.0	605.1	600.1	601.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
433.8	446.1	452.9	470.7	461.4	462.7	Autres magasins de produits durables	15
946.9	947.1	943.9	940.5	931.8	940.4	Autres magasins de vente au détail	16
17,585.6	17,783.6	17,810.0	17,677.7	17,717.7	17,600.9	Total, ensemble des magasins	17
Régions							
288.8	291.4	292.6	293.7	290.2	291.8	Terre-Neuve	18
77.5	77.5	77.6	75.8	76.7	75.6	Île-du-Prince-Édouard	19
516.0	527.6	529.9	523.9	530.9	533.7	Nouvelle-Écosse	20
430.0	435.5	432.5	428.1	425.2	417.8	Nouveau-Brunswick	21
4,186.7	4,174.5	4,146.6	4,117.3	4,061.8	4,076.5	Québec	22
6,401.6	6,616.4	6,628.6	6,574.6	6,615.3	6,561.8	Ontario	23
618.2	623.3	623.9	624.7	621.9	618.7	Manitoba	24
567.0	558.1	560.6	555.7	554.4	545.3	Saskatchewan	25
1,886.8	1,858.0	1,876.2	1,855.5	1,859.6	1,855.1	Alberta	26
2,554.6	2,563.4	2,582.4	2,571.4	2,624.1	2,567.2	Colombie-Britannique	27
20.9	20.4	21.1	19.6	19.7	19.8	Yukon	28
37.5	37.5	38.0	37.5	37.9	37.7	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.		May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,248.8	3,847.4	4,030.8	3,760.9	3,768.1	4,512.6	4,008.3
2	All other food stores	369.0	349.8	341.1	317.7	307.1	427.0	318.4
3	Drugs and patent medicine stores	1,038.4	1,008.2	1,009.5	977.0	993.2	1,276.4	1,026.6
4	Shoe stores	162.1	133.1	111.9	82.1	96.0	179.8	171.3
5	Men's clothing stores	132.5	107.3	98.0	82.4	99.0	279.2	159.2
6	Women's clothing stores	349.3	301.2	275.4	224.6	232.4	561.4	353.0
7	Other clothing stores	431.5	401.6	363.3	292.7	318.5	763.7	511.8
8	Household furniture and appliance stores	642.6	604.3	626.4	549.3	557.2	1,003.6	758.5
9	Household furnishings stores	191.6	169.1	165.3	151.3	156.9	245.3	218.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,272.8	4,889.2	4,327.0	3,619.5	3,389.1	3,349.5	3,916.8
11	Gasoline service stations	1,476.0	1,282.0	1,281.7	1,183.8	1,217.9	1,261.1	1,232.1
12	Automotive parts, accessories and service	1,106.2	957.1	857.6	795.0	857.2	1,053.8	1,102.3
13	General merchandise stores	1,983.3	1,761.8	1,650.1	1,407.8	1,386.6	3,296.4	2,389.5
14	Other semi-durable goods stores	719.6	513.6	464.7	428.3	435.9	901.0	614.7
15	Other durable goods stores	464.6	392.3	373.5	326.0	340.8	851.2	458.8
16	Other retail stores	929.1	814.6	834.8	757.8	722.1	1,424.4	964.8
17	Total, all stores	19,517.4	17,532.6	16,811.3	14,956.3	14,878.1	21,386.4	18,204.5
Regions								
18	Newfoundland	305.4	282.7	267.4	236.2	223.7	354.2	307.2
19	Prince Edward Island	86.4	74.5	70.8	63.4	59.8	94.1	80.9
20	Nova Scotia	604.7	540.7	530.9	469.5	450.7	660.5	543.5
21	New Brunswick	480.4	430.5	407.5	360.8	357.0	531.2	461.6
22	Quebec	4,850.5	4,236.8	3,935.4	3,447.7	3,481.7	4,759.9	4,303.5
23	Ontario	7,060.8	6,317.9	6,051.3	5,430.1	5,513.7	8,036.4	6,792.3
24	Manitoba	700.9	617.9	596.4	524.8	529.0	767.2	626.8
25	Saskatchewan	614.5	566.9	549.1	479.7	489.0	685.6	584.2
26	Alberta	2,041.5	1,885.4	1,790.3	1,607.6	1,536.3	2,296.7	1,908.3
27	British Columbia	2,704.9	2,517.9	2,553.2	2,285.9	2,190.2	3,132.5	2,539.6
28	Yukon	25.3	21.7	19.0	15.3	14.7	22.4	19.5
29	Northwest Territories	42.1	39.7	39.8	35.3	32.2	45.5	37.1

TABLEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year 1996 Année	N°
millions of dollars - millions de dollars							
							Groupe de commerce - Canada
3,931.6	4,304.5	4,269.2	4,308.7	4,394.4	4,247.5	19,656.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie
324.0	346.1	352.4	359.6	373.1	364.1	1,684.7	Tous les autres magasins d'alimentation
1,015.3	993.6	983.0	936.9	986.2	980.9	5,026.4	Pharmacies et magasins de médicament brevetés
141.3	160.1	150.2	132.9	162.6	161.6	585.3	Magasins de chaussures
129.4	128.8	114.0	118.5	152.4	135.7	519.2	Magasins de vêtements pour hommes
325.1	368.6	335.0	326.9	382.7	368.5	1,382.8	Magasins de vêtements pour dames
448.5	499.1	472.4	386.3	426.1	401.1	1,807.6	Autres magasins de vêtements
723.9	739.7	726.8	695.2	696.3	652.8	2,979.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
200.5	201.0	198.8	190.6	200.6	192.7	834.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
4,117.4	4,158.9	4,431.5	4,249.6	5,156.6	5,095.9	21,497.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,248.1	1,241.6	1,345.9	1,356.1	1,314.9	1,259.9	6,441.3	Stations-service
951.5	921.3	981.8	987.3	1,077.4	1,054.2	4,573.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1,939.6	1,837.5	1,881.9	1,713.3	1,865.6	1,821.6	8,189.7	Magasins de marchandises diverses
550.3	622.6	644.9	615.0	649.5	687.6	2,562.1	Autres magasins de produits semi-durables
380.6	428.5	474.3	472.1	473.8	456.2	1,897.1	Autres magasins de produits durables
889.9	969.9	1,007.7	1,024.5	1,003.2	945.0	4,058.4	Autres magasins de vente au détail
17,317.0	17,921.6	18,369.9	17,873.4	19,315.5	18,825.2	83,695.6	Total, ensemble des magasins
							Régions
283.9	294.5	311.6	304.7	314.0	302.6	1,315.4	Terre-Neuve
74.7	78.8	88.4	85.9	87.0	78.8	354.8	Île-du-Prince-Édouard
503.0	527.8	550.5	536.6	587.4	561.1	2,596.6	Nouvelle-Écosse
424.9	440.6	453.4	444.0	463.2	440.4	2,036.3	Nouveau-Brunswick
4,086.6	4,196.2	4,305.1	4,173.1	4,501.2	4,565.0	19,952.2	Québec
6,316.2	6,674.9	6,740.8	6,542.1	7,257.3	6,982.5	30,373.9	Ontario
614.0	621.0	634.1	622.5	669.8	647.2	2,969.1	Manitoba
573.4	551.3	574.7	559.4	596.0	566.9	2,699.2	Saskatchewan
1,863.3	1,856.8	1,941.6	1,881.4	2,015.7	1,954.0	8,861.2	Alberta
2,520.2	2,621.9	2,706.1	2,660.4	2,759.1	2,666.6	12,251.9	Colombie-Britannique
20.1	20.8	24.5	23.6	23.3	21.2	96.1	Yukon
36.7	37.2	39.1	39.8	41.5	39.0	189.1	Territoires du Nord-Ouest

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

Regions	Sales Ventes				
	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	Year-to-date 1996 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
Newfoundland	84.9	78.6	75.1	65.1	368.1
Prince Edward Island	24.0	20.7	19.0	17.1	98.2
Nova Scotia	164.6	151.0	146.8	130.0	719.6
New Brunswick	143.8	127.3	124.0	113.9	625.0
Quebec	1,569.6	1,334.1	1,214.8	1,059.5	6,278.1
Ontario	2,229.8	1,939.0	1,866.3	1,653.6	9,398.1
Manitoba	205.9	184.8	175.3	149.7	863.4
Saskatchewan	176.9	158.6	144.9	128.3	745.4
Alberta	637.4	584.9	562.1	496.4	2,761.6
British Columbia	848.8	785.3	783.6	685.5	3,799.0
Yukon	5.9	5.3	5.3	4.2	24.8
Northwest Territories	23.9	22.9	21.0	18.2	103.3
Total	6,115.6	5,392.5	5,138.2	4,521.5	25,784.4

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

Regions	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre	November 1995 Novembre
	millions of dollars - millions de dollars						
Newfoundland	84.9	78.6	75.1	65.1	64.4	157.4	122.8
Prince Edward Island	24.0	20.7	19.0	17.1	17.4	40.0	27.2
Nova Scotia	164.6	151.0	146.8	130.0	127.1	297.5	209.5
New Brunswick	143.8	127.3	124.0	113.9	115.9	243.4	184.2
Quebec	1,569.6	1,334.1	1,214.8	1,059.5	1,100.2	2,004.8	1,520.5
Ontario	2,229.8	1,939.0	1,866.3	1,653.6	1,709.3	3,551.3	2,521.1
Manitoba	205.9	184.8	175.3	149.7	147.6	329.0	227.2
Saskatchewan	176.9	158.6	144.9	128.3	136.7	277.6	200.4
Alberta	637.4	584.9	562.1	496.4	480.9	1,025.3	690.4
British Columbia	848.8	785.3	783.6	685.5	695.9	1,395.3	931.2
Yukon	5.9	5.3	5.3	4.2	4.0	8.8	6.2
Northwest Territories	23.9	22.9	21.0	18.2	17.2	27.5	20.8
Total	6,115.6	5,392.5	5,138.2	4,521.5	4,616.6	9,357.9	6,661.6

TABLEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
					Régions
-3.2	-7.9	-4.7	--	-4.2	Terre-Neuve
7.8	4.6	2.5	8.5	6.2	Île-du-Prince-Édouard
2.6	-0.6	3.7	8.8	2.9	Nouvelle-Écosse
6.3	5.4	6.7	14.6	9.0	Nouveau-Brunswick
7.1	1.6	1.6	9.5	4.7	Québec
3.7	-3.5	-4.6	--	-1.1	Ontario
7.0	2.4	-1.1	4.7	2.6	Manitoba
3.8	-1.0	-3.6	-1.9	-1.2	Saskatchewan
7.9	6.5	4.9	10.8	6.1	Alberta
-0.6	-1.3	0.6	4.9	0.6	Colombie-Britannique
-2.0	1.1	3.6	-8.4	-1.9	Yukon
7.5	5.1	4.1	5.9	5.2	Territoires du Nord-Ouest
4.6	-0.4	-0.7	4.7	1.7	Total

TABLEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	May 1995 Mai	Year 1996 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Régions
98.4	93.1	95.2	88.4	92.7	87.7	368.1	Terre-Neuve
22.7	23.7	27.4	25.5	24.2	22.2	98.2	Île-du-Prince-Édouard
168.5	168.4	172.7	157.8	165.4	160.4	719.6	Nouvelle-Écosse
148.6	142.6	147.8	130.6	141.0	135.2	625.0	Nouveau-Brunswick
1,393.1	1,427.8	1,415.6	1,341.0	1,462.5	1,466.0	6,278.1	Québec
2,149.0	2,253.4	2,157.4	2,027.7	2,232.2	2,151.3	9,398.1	Ontario
200.9	193.0	204.3	185.5	199.2	192.4	863.4	Manitoba
182.8	171.0	179.8	161.5	180.6	170.5	745.4	Saskatchewan
610.3	602.0	633.8	583.1	604.9	590.8	2,761.6	Alberta
853.4	876.6	918.8	858.5	864.0	853.9	3,799.0	Colombie-Britannique
6.2	6.7	7.4	7.0	6.7	6.0	24.8	Yukon
20.7	21.2	21.2	21.0	22.4	22.3	103.3	Territoires du Nord-Ouest
5,854.5	5,979.4	5,981.3	5,587.5	5,995.8	5,858.6	25,784.4	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

			Unadjusted Non désaisonnalisé		
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.5	14,446.3	4.9	12,296.7	3.7
February	118.2	14,017.7	3.6	11,862.5	1.9
March	118.7	16,792.0	2.3	14,149.0	-0.3
April	118.9	17,052.8	0.1	14,340.4	-2.6
May	119.5	18,825.2	4.7	15,757.5	1.4
June	119.3	19,315.5	4.2	16,191.0	1.4
July	119.0	17,873.4	1.5	15,021.0	-0.8
August	118.5	18,369.9	5.5	15,505.1	3.5
September	118.4	17,921.6	2.9	15,133.0	0.7
October	118.2	17,317.0	-0.2	14,655.6	-2.5
November	118.3	18,204.5	1.5	15,391.9	-0.1
December	117.6	21,386.4	-2.3	18,184.5	-3.6
Year	118.5	211,522.3	2.3	178,488.2	0.1
1996:					
January	119.2	14,878.1	3.0	12,481.0	1.5
February	119.7	14,956.3	6.7	12,492.5	5.3
March	120.4	16,811.3	0.1	13,958.8	-1.3
April	121.2	17,532.6	2.8	14,468.5	0.9
May	121.4	19,517.4	3.7	16,072.8	2.0
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

¹ Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1994:
115.8	16,638.0	0.7	14,365.4	1.1	Janvier
115.7	16,957.8	1.9	14,657.7	2.0	Février
115.1	17,226.5	1.6	14,964.1	2.1	Mars
115.3	17,016.5	-1.2	14,758.7	-1.4	Avril
115.5	17,130.0	0.7	14,827.4	0.5	Mai
115.8	17,294.4	1.0	14,929.8	0.7	Juin
116.1	17,175.3	-1.9	14,792.9	-0.9	Juillet
116.5	17,244.0	0.4	14,804.9	0.1	Août
116.6	17,272.6	0.2	14,812.5	0.1	Septembre
116.4	17,600.1	1.9	15,117.7	2.1	Octobre
116.8	17,584.4	-0.1	15,056.7	-0.4	Novembre
117.0	17,721.1	0.8	15,151.8	0.6	Décembre
116.1	206,861.0	...	178,239.6	...	Année
					1995:
117.3	17,583.6	-0.8	14,985.7	-1.1	Janvier
117.6	17,539.7	-0.2	14,913.1	-0.5	Février
118.0	17,443.2	-0.6	14,786.7	-0.8	Mars
118.4	17,449.4	--	14,731.5	-0.4	Avril
119.1	17,600.9	0.9	14,780.8	0.3	Mai
119.0	17,717.7	0.7	14,888.4	0.7	Juin
118.9	17,677.7	-0.2	14,867.2	-0.1	Juillet
118.8	17,810.0	0.7	14,988.8	0.7	Août
119.1	17,783.6	-0.4	14,929.8	-0.4	Septembre
119.1	17,585.6	-1.1	14,770.4	-1.1	Octobre
118.8	17,631.8	0.3	14,835.6	0.4	Novembre
121.0	17,690.7	0.3	14,849.1	0.1	Décembre
118.8	211,513.9	...	178,327.1	...	Année
					1996:
119.0	17,800.2	0.6	14,957.5	0.7	Janvier
119.1	17,811.8	0.1	14,954.2	--	Février
119.7	17,807.0	--	14,882.2	-0.5	Mars
120.5	17,797.4	-0.1	14,770.4	-0.8	Avril
120.9	17,800.0	--	14,726.9	-0.3	Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnali sation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do not include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un point de vente au détail, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

6011 Supermarkets

6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

6013 Bakery products stores

6014 Candy and nut stores

6015 Fruit and vegetable stores

6016 Meat markets

6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

6031 Pharmacies

6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

6141 Children's clothing stores

6142 Fur goods stores

6149 Other clothing stores, n.e.c.

6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)

6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)

6213 Furniture refinishing and repair shops

6221 Appliance, television, radio and stereo stores

6222 Television, radio and stereo stores

6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

6231 Floor covering stores

6232 Drapery stores

6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

6311 Automobile (new) dealers

6312 Automobile (used) dealers

6321 Motor home and travel trailer dealers

6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers

6323 Motorcycle and snowmobile dealers

6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

6011 Supermarchés d'alimentation

6012 Epiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

6013 Boulangeries-pâtisseries

6014 Confiseries et magasins de noix

6015 Magasins de fruits et légumes

6016 Marchés de viande

6019 Autres magasins d'alimentation spécialisées, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

6031 Pharmacies

6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

6141 Magasins de vêtements pour enfants

6142 Magasins de fourrures

6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.

6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)

6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)

6213 Ateliers de réparation de meubles

6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

6231 Magasins de revêtements de sol

6232 Magasins de tentures

6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

6311 Concessionnaires d'automobiles neuves

6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion

6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage

6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges

6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations	110 Stations-service
6331 Gasoline service stations	6331 Stations-service
120 Automotive Parts, Accessories and Services	120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Home and auto supply stores	6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Tire, battery, parts and accessories stores	6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (general repairs)	6351 Garages (réparations générales)
6352 Paint and body repair shops	6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Muffler replacement shops	6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Motor vehicle glass replacement shops	6354 Ateliers de remplacement de vitres pour véhicules automobiles
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesses de véhicules automobiles
6359 Other motor vehicle repair shops	6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Car washes	6391 Lave-autos
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.	6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
130 General Merchandise Stores	130 Magasins de marchandises diverses
6411 Department stores	6411 Magasins à rayons
6412 General stores	6412 Magasins généraux
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140 Other Semi-Durable Goods Stores	140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Book and stationery stores	6511 Librairies et papeteries
6521 Florist shops	6521 Fleuristes
6522 Lawn and garden centres	6522 Centres de jardinage
6531 Hardware stores	6531 Quincailleries
6532 Paint, glass and wallpaper stores	6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Toy and hobby stores	6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Gift, novelty and souvenir stores	6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
150 Other Durable Goods Stores	150 Autres magasins de produits durables
6541 Sporting goods stores	6541 Magasins d'articles de sport
6542 Bicycle shops	6542 Magasins de bicyclettes
6551 Musical instrument stores	6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Record and tape stores	6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Jewellery stores	6561 Bijouteries
6562 Watch and jewellery repair shops	6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Camera and photographic supply stores	6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
160 Other Retail Stores	160 Autres magasins de vente au détail
6021 Liquor stores	6021 Magasins de spiritueux
6022 Wine stores	6022 Magasins de vin
6023 Beer stores	6023 Magasins de bière
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticians' shops	6592 Opticiens
6593 Art galleries and artists' supply stores	6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Luggage and leather goods stores	6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Monument and tombstone dealers	6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Pet stores	6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Coin and stamp dealers	6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Mobile home dealers	6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Other retail stores, n.e.c.	6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

POUR COMMANDER :

	COURRIER		TÉLÉPHONE		TÉLÉCOPIEUR
		1-800-267-6677		1-800-889-9734	
Statistique Canada Opérations et intégration Gestion de la circulation 120, avenue Parkdale Ottawa (Ontario) Canada K1A 0T6		Faites débiter votre compte Visa ou Mastercard. De l'extérieur du Canada, des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.		Visa, Mastercard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télecopié tient lieu de commande originale.	
	INTERNET order@statcan.ca			1-800-363-7629 Appareils de télécommunications pour les malentendants	
(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)					
<hr/> Compagnie					
<hr/> Service					
A l'attention de	Fonction				
<hr/> Adresse					
Ville	Province				
()			()		
Code postal	Téléphone		Télécopieur		

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

<input type="checkbox"/> Veuillez débiter mon compte	<input type="checkbox"/> VISA	<input type="checkbox"/> MasterCard
<hr/>		
N° de carte		
<hr/>		
Date d'expiration		
<hr/>		
Détenteur de carte (<i>lettres moulées</i>)		
<hr/>		
Signature		
<hr/>		
<input type="checkbox"/> Paiement inclus \$	<hr/>	
<hr/>		
<input type="checkbox"/> N° du bon de commande	<hr/>	
(Veuillez joindre le bon)		

Signature de la personne autorisée

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 % et la TVP en vigueur. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.

TPS N° R121491807

PF 093238

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Women in Canada

Two Decades of Change

Recent decades have witnessed dramatic changes in the roles women play in Canadian society. There have been considerable improvements in the social and economic situation of women in the last two decades, however, gaps continue to exist between many leading socio-economic indicators for women and men. No other publication chronicles the changing status of women more clearly than **Women in Canada!**

This 180-page portrait examines a wide range of topics in women's lives including:

- housing
- education
- income
- criminal victimization
- family status
- labour force characteristics
- health

In addition, the report presents separate sections on:

- immigrant women
- Aboriginal women
- women in visible minorities
- women with disabilities

More than just facts!

Women in Canada offers the most in-depth, accurate information available on women today. With its easy-to-read format, and over 200 charts and tables, you'll discover many essential facts about the changing status of women over the last two decades.

Being aware of the roles, status and lifestyles of Canadian women is essential for **planning and implementing appropriate social policies**, for **developing successful marketing strategies**, or for **simply gaining a better appreciation** of how Canadian society has changed.

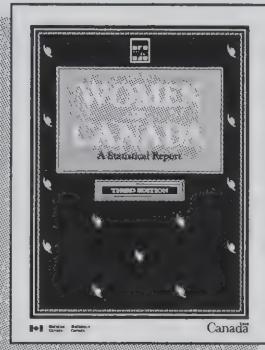
Women in Canada (89-5030XPE, issue # 95001) is available in Canada for \$49 (plus PST & GST), US \$59 in the United States, and US \$69 in other countries.

To order, write to

Statistics Canada, Operations and Integration Division,
Circulation Management, Ottawa, Ontario K1A 0T6

or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed
in this publication.

For faster service, fax your order to
1-613-951-1584 or call toll free **1-800-267-6677** and
use your VISA or MasterCard.



Femmes au Canada

Deux décennies de changements profonds



Au cours des décennies récentes, les rôles que jouent les femmes dans la société ont subi des bouleversements profonds. La situation sociale et économique des femmes s'est améliorée

considérablement pendant les deux dernières décennies; cependant, il existe toujours un fossé entre les nombreux indicateurs sociaux et économiques qui s'appliquent aux hommes et aux femmes. Aucune autre publication ne retrace l'évolution des femmes aussi soigneusement que **Les femmes au Canada**.

Ce tout dernier rapport de 180 pages traite des divers aspects de la vie des femmes, notamment :

- les caractéristiques de la population active
- le revenu
- la famille
- la santé
- le logement
- l'éducation
- la victimisation

De plus, ce rapport comporte des sections distinctes:

- sur les immigrantes
- les membres de minorités visibles
- les femmes autochtones
- les femmes ayant une incapacité.

Les faits... et encore plus!

Les femmes au Canada vous fournit l'information la plus détaillée et la plus exacte qui soit sur les femmes d'aujourd'hui. Ouvrage de lecture facile, il contient plus de 200 tableaux et graphiques sur les points clés de l'évolution des femmes au cours des deux dernières décennies.

Connaître les rôles, les situations et les modes de vie des femmes canadiennes constitue un élément essentiel pour ce qui est de la planification et la mise en oeuvre des politiques sociales opportunes, l'élaboration des stratégies efficaces de marketing, et la compréhension des transformations qui ont marqué la société canadienne.

Les femmes au Canada (numéro au catalogue 89-5030XPF, numéro de l'édition 95001) est disponible au coût de 49 \$ (TPS et TVP en sus) au Canada, 59 \$ US aux États-Unis et 69 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à

Statistique Canada, Division des opérations et intégration, Direction de la circulation, Ottawa (Ontario), K1A 0T6

ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au
1-613-951-1584 ou composez sans frais le **1-800-267-6677** et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.

Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture -- only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

A single source

Consultations with our many readers -- financial analysts, planners, economists and business leaders -- have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts -- names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** -- at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries.

Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax -- the same day of release -- for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Via Internet: order@statcan.ca

Receivez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

Pourquoi acheter L'OEC?

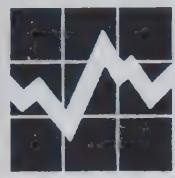
En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'*Indicateur composite avancé* (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur -- le jour même de leur parution -- pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: order@statcan.ca

Catalogue no. 63-005-XPB



Retail Trade

June 1996

Nº 63-005-XPB au catalogue

Commerce de détail

Juin 1996



Statistics
Canada Statistique
Canada

Canadä

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to: Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-9682) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax (902) 426-5331	Regina (306) 780-5405
Montreal (514) 283-5725	Edmonton (403) 495-3027
Ottawa (613) 951-8116	Calgary (403) 292-6717
Toronto (416) 973-6586	Vancouver (604) 666-3691
Winnipeg (204) 983-4020	

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677

How to Order Publications

Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, the Statistics Canada Regional Reference Centres, or from:

Statistics Canada
Operations and Integration Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Telephone: (613) 951-7277
Fax: (613) 951-1584
Toronto (credit card only): (416) 973-8018
Internet: order@statcan.ca

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à: Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone: (613) 951-9682) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada:

Halifax (902) 426-5331	Regina (306) 780-5405
Montréal (514) 283-5725	Edmonton (403) 495-3027
Ottawa (613) 951-8116	Calgary (403) 292-6717
Toronto (416) 973-6586	Vancouver (604) 666-3691
Winnipeg (204) 983-4020	

Vous pouvez également visiter notre site sur le W3:
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à:

Statistique Canada
Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

Téléphone: (613) 951-7277
Télécopieur: (613) 951-1584
Toronto (carte de crédit seulement): (416) 973-8018
Internet: order@statcan.ca

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

June 1996

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Juin 1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying, recording
or otherwise without prior written permission from
Licence Services, Marketing Division, Statistics
Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

September 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue
\$200.00 annually
United States: US \$24.00 per issue
US \$240.00 annually
Other Countries: US \$28.00 per issue
US \$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 68, No. 6

Frequency: Monthly

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system
to a long-standing cooperation involving Statistics
Canada, the citizens of Canada, its businesses,
governments and other institutions. Accurate and
timely statistical information could not be produced
without their continued co-operation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par quelque
moyen que ce soit, enregistrement sur support
magnétique, reproduction électronique,
mécanique, photographique, ou autre, ou de
l'emmagasiner dans un système de recouvre-
ment, sans l'autorisation écrite préalable des
Services de concession des droits de licence,
Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Septembre 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année
États-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année
Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 68, no. 6

Périodicité: Mensuelle

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada
repose sur un partenariat bien établi entre
Statistique Canada et la population, les entreprises,
les administrations canadiennes et les autres
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne
volonté, il serait impossible de produire des
statistiques précises et actuelles.

SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

©

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

©

TABLE OF CONTENTS

Highlights	PAGE
	v
Charts	PAGE
	vii
For Further Reading	PAGE
	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates) 6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods) 20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods) 26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates) 26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates 28

Appendix

- I. Definitions 31
- II. Trade Group Coverage 33

TABLE DES MATIÈRES

Faits saillants	PAGE
	v
Graphiques	PAGE
	vii
Lectures suggérées	PAGE
	ix
Tableau	
1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28
Appendice	
I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Consumers increased their purchases of goods in June, as retail sales were up 0.6% to \$18.0 billion. After pausing in March and April, sales have risen with monthly increases growing stronger in May and June. During the first half of 1996, sales increased 2.3% (unadjusted) compared to the same period in 1995. The sales trend has turned slightly upward since January 1996. Previously, the trend was generally flat in 1995 following sustained growth in 1992, 1993 and 1994.

Retailers recorded higher sales in five of the seven sectors, accounting for almost 71.0% of total sales. Increasing the most in dollar terms were the general merchandise (+2.1%) and automotive (+0.5%) sectors. Of the two sectors that lost ground in June, the furniture sector (-1.1%) reported the most significant decline.

Sales remained strong in the general merchandise sector, where a 2.1% rise in June followed a 0.3% gain in May; this is the strongest monthly gain so far this year. In fact, sales by other general stores (retailers, excluding department stores, primarily engaged in selling a wide range of commodities) dominated this month's gain, up a strong 5.0%, the seventh consecutive monthly increase. On the other hand, sales by department stores remained unchanged in June after a 0.5% gain in May. This sector has generally seen steady growth since mid-93.

Sales in the automotive sector (which includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and service outlets) rose 0.5% this June, their seventh gain in the last eight months. This rise was due to higher sales by retailers of motor vehicle and recreational vehicle dealers. Their sales rebounded 1.5% in June following a 1.1% drop in May.

Gasoline service station sales dropped 2.4% in June after a 2.2% gain in May. This decline was mainly attributable to a drop in gas prices (-2.9%), the first after three months of increase.

FAITS SAILLANTS

Les consommateurs ont acheté plus de marchandises en juin, d'où une augmentation des ventes au détail (+0.6%), lesquelles ont atteint 18.0 milliards de dollars. Après une pause en mars et en avril, les ventes au détail ont augmenté de façon croissante en mai et en juin. Durant la première moitié de 1996, les ventes au détail ont augmenté de 2.3% (donnée non désaaisonnielle) comparativement à la même période en 1995. La tendance est légèrement positive depuis janvier 1996. Auparavant, la tendance était plutôt neutre en 1995, après la croissance soutenue de 1992, de 1993 et de 1994.

Les détaillants ont enregistré de meilleures ventes dans cinq des sept secteurs, qui ont représenté près de 71.0% des ventes totales. Le secteur des magasins de marchandises diverses (+2.1%) et celui de l'automobile (+0.5%) sont ceux qui ont le plus progressé en dollars. Des deux secteurs qui ont perdu du terrain en juin, celui de l'ameublement (-1.1%) a affiché la baisse la plus marquée.

Les ventes sont restées fermes dans le secteur des magasins de marchandises diverses, où l'augmentation de 2.1% de juin, qui a fait suite à un gain de 0.3% en mai, est la plus forte de l'année jusqu'à présent. En fait, avec un gain de 5.0%, qui marque aussi le septième mois consécutif d'augmentation des ventes, les autres magasins généraux (magasins, sauf les grands magasins, dont l'activité est le commerce de détail d'une vaste gamme de marchandises) viennent en tête des progressions des ventes pour le mois de juin. En revanche, après un gain de 0.5% au mois de mai, les ventes des grands magasins sont restées inchangées en juin. De manière générale, ce secteur affiche une croissance constante depuis le milieu de 1993.

Dans le secteur de l'automobile (qui comprend les concessionnaires de véhicules neufs et d'occasion, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services), les ventes ont augmenté de 0.5%, ce qui représente la septième progression au cours des huit derniers mois. Cette hausse s'explique par des ventes plus importantes chez les détaillants de véhicules automobiles et les concessionnaires de véhicules récréatifs. En effet, après avoir baissé de 1.1% en mai, leurs ventes ont augmenté de 1.5% en juin.

Après un gain de 2.2% en mai, les ventes des stations-service ont reculé de 2.4% en juin. Ce recul tient, en grande partie, à une baisse des prix de l'essence (-2.9%), la première après trois mois d'augmentations.

Sales in the furniture sector declined 1.1% after a strong 6.3% gain in May. The weakness was dominated by lower sales in furniture and appliances stores where sales dropped 1.6%. Sales by retailers of other furnishing products were up (+1.0%) for a second consecutive month. The trend in the furniture sector turned upward after decreasing since February 1995.

The sales trend for drug stores has risen since May 1995, offsetting poor sales between September 1994 and March 1995. Sales in the clothing sector have increased slightly in recent months, after posting declines from May 1995 to January 1996.

Among the six provinces and territories where retailers reported higher sales in June, the strongest gains in dollar terms were in Ontario (+0.9%) and Quebec (+1.0%). Partly offsetting these gains were lower sales in Manitoba (-1.9%) and Newfoundland (-0.8%). Retail sales remained unchanged in New Brunswick.

First half of 1996

In the first half of 1996, retailers increased their sales by 2.3%. Advancing the most were the automotive (+6.4%), general merchandise (+4.8%) and the drug (+6.5%) sectors. These latest gains were partly offset by lower sales in the furniture (-5.3%), food (-2.7%) and clothing (-5.3%) sectors.

All provinces, except Newfoundland and Ontario, had higher sales, with increases ranging from 2.1% in British Columbia and 8.4% in Saskatchewan. In general, increases were higher (+5.0%) in the Atlantic and the Prairie provinces.

In the Atlantic provinces, Prince Edward Island and New Brunswick had the strongest sales growth (+8.0%), while retailers in Newfoundland saw their sales down 0.8% during the first six months of 1996.

Saskatchewan posted the strongest growth (+8.4%) in retail sales within the Prairies; Manitoba (+5.2%) and Alberta (+2.1%) also contributed to the overall gain.

Retail sales in Ontario remained virtually unchanged following a gain of 5.5% in the first six month of 1995.

Dans le secteur de l'ameublement, les ventes ont diminué de 1.1%, après avoir augmenté de 6.3% en mai. Les magasins de meubles et d'appareils ménagers ont enregistré les plus mauvais résultats (-1.6%). Les ventes des détaillants d'autres produits d'ameublement ont augmenté (+1.0%) pour le deuxième mois consécutif. La tendance dans le secteur de l'ameublement s'est inversée à la hausse après avoir été à la baisse depuis février 1995.

La tendance des ventes dans les pharmacies est à la hausse depuis mai 1995, ce qui compense les mauvaises ventes enregistrées entre septembre 1994 et mars 1995. Dans le secteur du vêtement, qui avait affiché des baisses de mai 1995 à janvier 1996, on note une légère reprise des ventes au cours des derniers mois.

Parmi les six provinces et territoires où les détaillants ont affiché des augmentations des ventes en juin, l'Ontario (+0.9%) et le Québec (+1.0%) ont enregistré les meilleurs gains en dollars. Ces gains ont été en partie contrebalancés par une baisse des ventes au Manitoba (-1.9%) et à Terre-Neuve (-0.8%). Les ventes au détail sont restées inchangées en juin au Nouveau-Brunswick.

Premier semestre de 1996

Durant la première moitié de 1996, les détaillants ont augmenté leurs ventes de 2.3%. Les secteurs de l'automobile (+6.4%), des magasins de marchandises diverses (+4.8%) et des pharmacies (+6.5%) ont vu la valeur de leurs ventes augmenter le plus. Ces derniers gains ont été contrbalancés par les baisses dans les secteurs de l'ameublement (-5.3%), des aliments (-2.7%) et du vêtement (-5.3%).

Toutes les provinces, à l'exception de Terre-Neuve et de l'Ontario, ont enregistré des ventes plus élevées, s'échelonnant de 2.1% en Colombie-Britannique à 8.4% en Saskatchewan. En général, les augmentations ont été plus élevées (+5.0%) dans les provinces de l'Atlantique et des Prairies.

Dans les provinces de l'Atlantique, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick ont connu la croissance la plus forte à 8.0%. Les détaillants de Terre-Neuve ont vu leurs ventes baisser de 0.8% au cours des six premiers mois de 1996.

Dans les Prairies, la Saskatchewan enregistre la plus forte augmentation (+8.4%). Le Manitoba (+5.2%) et l'Alberta (+2.1%) ont aussi contribué à la hausse générale.

Les ventes sont restées pratiquement inchangées en Ontario, après un gain de 5.5% dans la première moitié de 1995.

Chart 1

Retail Sales, Canada

Graphique 1

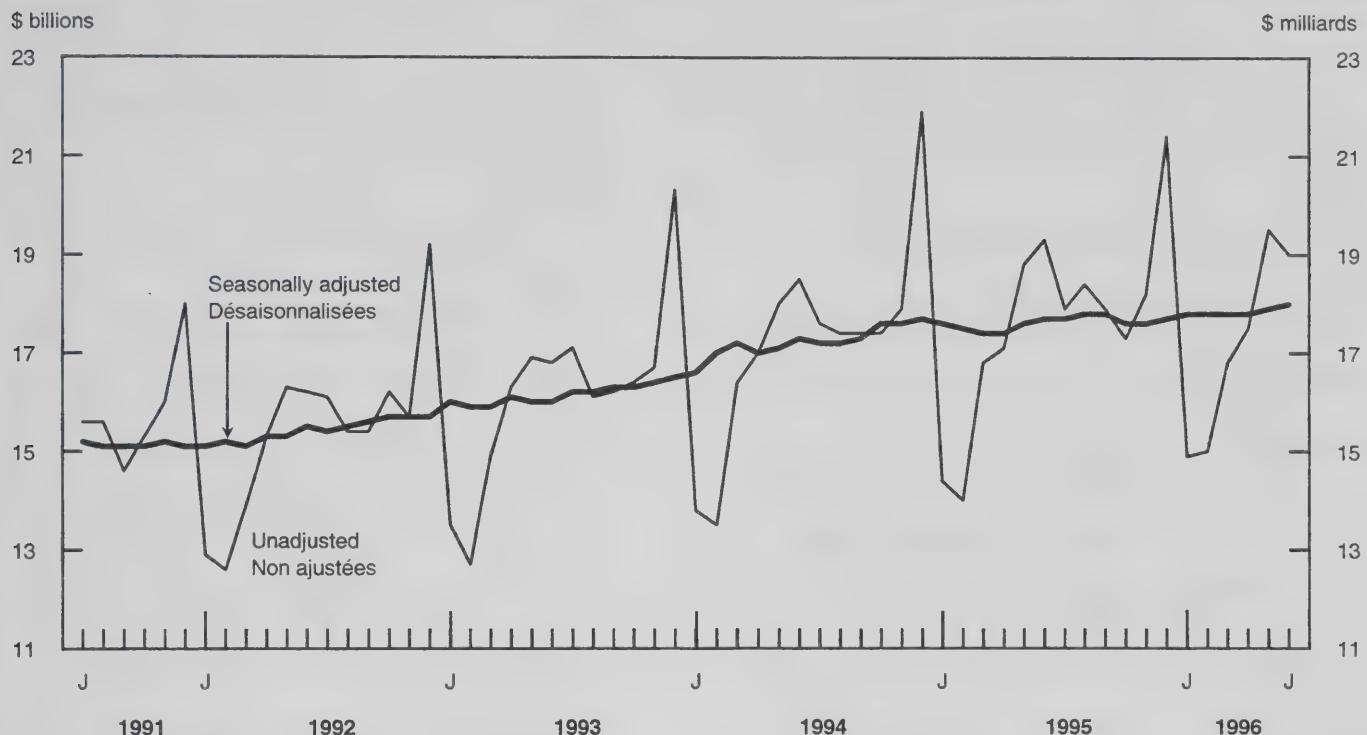
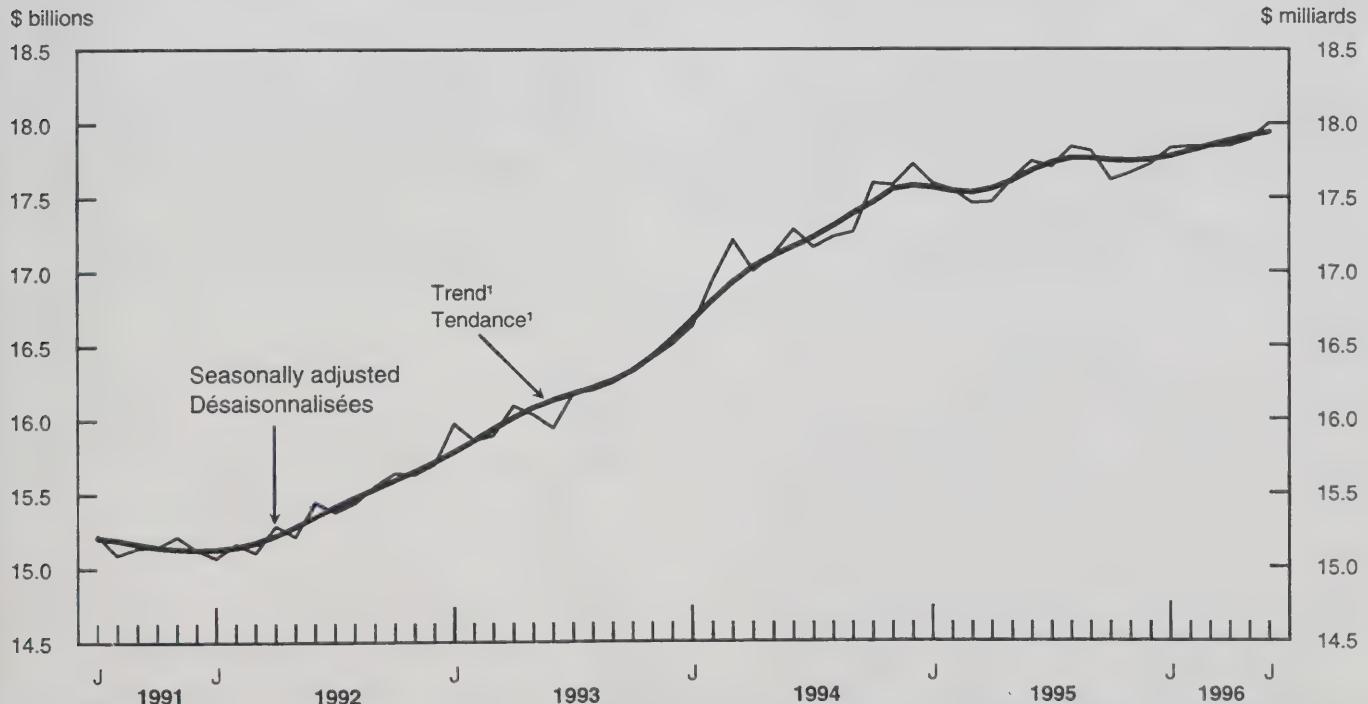
Ventes au détail, Canada

Chart 2

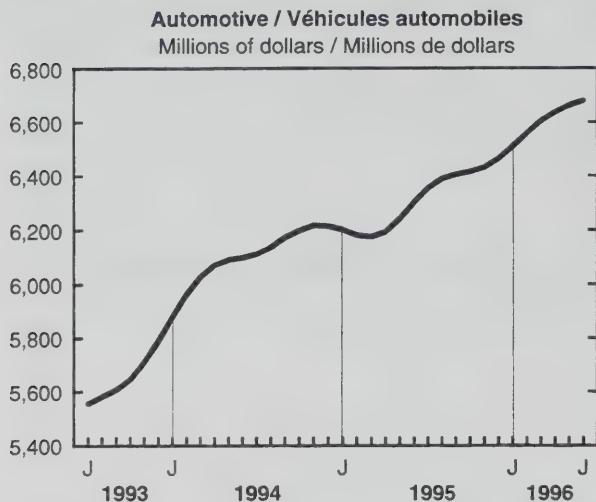
Retail Sales – Canada

Graphique 2

Ventes au détail – Canada

**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**



FOR FURTHER READING

**Selected Publications
from Statistics Canada**

Title

**Department Store Sales and Stocks,
Monthly, Bilingual**

**Department Store Sales by Region,
Advance Release, Monthly, Bilingual**

**New Motor Vehicle Sales, Monthly,
Bilingual**

**Retail Chain and Department Stores,
Annual, Bilingual**

**Vending Machine Operators, Annual,
Bilingual**

**Direct Selling in Canada, Annual,
Bilingual**

Campus Bookstores, Annual, Bilingual

**Wholesaling and Retailing in Canada,
Annual, Bilingual**

**Market Research Handbook, Annual,
Bilingual**

**Retail Commodity Survey, Occasional,
Bilingual**

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

LECTURES SUGGÉRÉES

**Choisies parmi les publications
de Statistique Canada**

Titre

**Ventes et stocks des grands magasins,
Mensuel, Bilingue** 63-002-XPB

**Ventes des grands magasins par région,
Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue** 63-004-XPB

**Ventes de véhicules automobiles neufs,
Mensuel, Bilingue** 63-007-XPB

**Magasins de détail à succursales et
les grands magasins, Annuel, Bilingue** 63-210-XPB

**Exploitants de distributeurs
automatiques, Annuel, Bilingue** 63-213-XPB

**La vente directe au Canada, Annuel,
Bilingue** 63-218-XPB

**Librairies de campus, Annuel,
Bilingue** 63-219-XPB

**Les commerces de gros et de détail au
Canada, Annuel, Bilingue** 63-236-XPB

**Recueil statistique des études de
marché, Annuel, Bilingue** 63-224-XPB

**Enquête sur les marchandises vendues
au détail, Hors série, Bilingue** 63-541-XPB

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to- date 1996	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent			
		June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars		Cumulatif	June 1996 Juin		
millions of dollars - millions de dollars										
Trade Group - Canada										
1	Supermarkets and grocery stores	3,965.0	3,967.8	4,015.7	4,013.0	24,014.2	-0.1	-1.2		
2	All other food stores	349.6	350.0	354.8	348.9	2,129.4	-0.1	-1.3		
3	Drugs and patent medicine stores	1,063.2	1,054.1	1,046.3	1,038.3	6,263.7	0.9	0.7		
4	Shoe stores	146.2	142.9	136.2	136.6	828.3	2.3	4.9		
5	Men's clothing stores	125.2	126.8	123.2	127.0	759.6	-1.3	2.9		
6	Women's clothing stores	332.8	328.8	326.3	326.4	1,973.3	1.2	0.8		
7	Other clothing stores	454.4	453.8	449.9	427.4	2,669.4	0.1	0.9		
8	Household furniture and appliance stores	679.9	691.1	647.2	680.9	4,036.8	-1.6	6.8		
9	Household furnishings stores	191.9	190.0	181.5	185.5	1,136.6	1.0	4.7		
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,303.2	4,238.2	4,284.4	4,266.9	25,572.3	1.5	-1.1		
11	Gasoline service stations	1,377.1	1,411.1	1,380.8	1,356.4	8,137.7	-2.4	2.2		
12	Automotive parts, accessories and services	987.7	986.6	972.0	967.4	5,927.5	0.1	1.5		
13	General merchandise stores	1,993.9	1,953.3	1,946.8	1,932.0	11,692.4	2.1	0.3		
14	Other semi-durable goods stores	633.6	610.6	576.8	599.4	3,617.2	3.8	5.9		
15	Other durable goods stores	457.7	456.5	443.3	460.9	2,696.4	0.3	3.0		
16	Other retail stores	907.4	895.2	929.0	943.1	5,607.3	1.4	-3.6		
17	Total, all stores	17,968.8	17,856.8	17,814.2	17,810.0	107,061.7	0.6	0.2		
Regions										
18	Newfoundland	283.8	286.2	286.6	285.7	1,719.6	-0.8	-0.1		
19	Prince Edward Island	79.8	80.5	80.5	80.9	478.7	-0.8	- -		
20	Nova Scotia	558.9	557.7	548.3	559.5	3,341.9	0.2	1.7		
21	New Brunswick	447.5	447.3	448.0	442.6	2,671.1	- -	-0.1		
22	Quebec	4,263.8	4,221.5	4,166.3	4,164.4	25,210.9	1.0	1.3		
23	Ontario	6,523.6	6,464.5	6,495.7	6,497.0	38,971.3	0.9	-0.5		
24	Manitoba	633.2	645.8	633.6	627.9	3,799.6	-1.9	1.9		
25	Saskatchewan	591.4	585.1	583.0	578.8	3,481.2	1.1	0.4		
26	Alberta	1,906.3	1,898.7	1,898.9	1,891.0	11,372.9	0.4	- -		
27	British Columbia	2,618.9	2,606.6	2,609.7	2,620.1	15,664.8	0.5	-0.1		
28	Yukon	22.9	23.1	22.9	21.6	129.0	-0.9	0.8		
29	Northwest Territories	38.6	39.8	40.7	40.5	239.9	-3.0	-2.3		

TABLEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous month		Change from previous year						N°	
Variation p. r. au mois précédent		Variation par rapport à l'année précédente							
April 1996 Avril	March 1996 Mars	June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif			
Per cent - pourcentage									
							Groupe de commerce - Canada		
0.1	-0.1	-4.5	-5.0	-4.2	-3.3	-4.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1	
1.7	-2.7	1.8	-0.1	0.3	-0.6	1.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2	
0.8	0.4	8.0	6.6	6.2	6.0	6.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3	
-0.2	1.4	-4.0	-3.3	-0.5	-9.1	-4.9	Magasins de chaussures	4	
-3.0	-1.3	-10.2	-7.0	-9.5	-7.7	-10.1	Magasins de vêtements pour hommes	5	
--	-1.4	-8.9	-5.8	-1.8	-5.4	-5.7	Magasins de vêtements pour dames	6	
5.3	-2.6	4.2	3.7	2.0	-1.9	1.6	Autres magasins de vêtements	7	
-4.9	1.1	-2.7	-3.0	-11.2	-7.5	-7.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8	
-2.2	-3.2	2.0	0.7	-4.8	-3.1	-0.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9	
0.4	-0.1	3.2	4.8	6.9	6.0	4.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10	
1.8	3.9	12.0	14.2	15.3	14.9	13.4	Stations-service	11	
0.5	-2.9	3.7	5.5	7.8	3.1	5.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12	
0.8	-0.4	4.4	3.3	4.9	3.8	4.1	Magasins de marchandises diverses	13	
-3.8	1.2	5.6	1.5	-2.2	2.2	2.3	Autres magasins de produits semi-durables	14	
-3.8	5.4	-0.8	-1.3	-5.5	-4.0	-4.4	Autres magasins de produits durables	15	
-1.5	-1.9	-2.6	-4.8	-0.2	5.1	1.5	Autres magasins de vente au détail	16	
--	--	1.4	1.5	2.1	2.1	1.6	Total, ensemble des magasins	17	
Régions									
0.3	-2.0	-2.2	-1.9	-3.8	-1.5	-1.3	Terre-Neuve	18	
-0.6	0.7	4.1	6.5	10.3	10.9	7.7	Île-du-Prince-Édouard	19	
-2.0	-1.7	5.3	4.5	2.1	5.8	4.5	Nouvelle-Écosse	20	
1.2	0.1	5.2	7.1	8.7	8.0	7.6	Nouveau-Brunswick	21	
--	-0.5	5.0	3.6	2.3	2.0	2.7	Québec	22	
--	1.0	-1.4	-1.5	1.2	-0.4	-0.8	Ontario	23	
0.9	1.0	1.8	4.4	4.6	4.5	4.6	Manitoba	24	
0.7	1.3	6.7	7.3	8.6	10.5	7.7	Saskatchewan	25	
0.4	-2.1	2.5	2.4	3.9	5.1	3.6	Alberta	26	
-0.4	-0.8	-0.2	1.5	0.1	2.5	1.4	Colombie-Britannique	27	
5.8	10.8	15.8	16.7	17.8	12.0	11.1	Yukon	28	
0.6	-1.6	1.8	5.4	7.4	7.5	6.7	Territoires du Nord-Ouest	29	

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				
		June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
Trade Group - Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	4,085.5	4,257.9	3,847.4	4,030.8	23,750.7
2	All other food stores	380.9	379.0	349.8	341.1	2,075.6
3	Drugs and patent medicine stores	1,029.8	1,067.3	1,008.2	1,009.5	6,085.1
4	Shoe stores	163.3	162.5	133.1	111.9	749.0
5	Men's clothing stores	137.1	132.4	107.3	98.0	656.2
6	Women's clothing stores	357.1	358.0	301.2	275.4	1,748.6
7	Other clothing stores	442.5	432.0	401.6	363.3	2,250.7
8	Household furniture and appliance stores	659.4	649.7	604.3	626.4	3,646.3
9	Household furnishings stores	196.8	193.3	169.1	165.3	1,032.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,002.8	5,264.6	4,889.2	4,327.0	26,492.3
11	Gasoline service stations	1,446.2	1,477.9	1,282.0	1,281.7	7,889.4
12	Automotive parts, accessories and services	1,072.3	1,119.0	957.1	857.6	5,658.3
13	General merchandise stores	1,934.7	1,925.4	1,761.8	1,650.1	10,066.4
14	Other semi-durable goods stores	681.2	710.5	513.6	464.7	3,234.3
15	Other durable goods stores	470.2	468.5	392.3	373.5	2,371.3
16	Other retail stores	952.4	929.6	814.6	834.8	5,011.3
17	Total, all stores	19,012.4	19,527.6	17,532.6	16,811.3	102,718.3
Regions						
18	Newfoundland	292.9	306.7	282.7	267.4	1,609.6
19	Prince Edward Island	85.9	86.0	74.5	70.8	440.3
20	Nova Scotia	592.9	604.6	540.7	530.9	3,189.4
21	New Brunswick	477.5	480.8	430.5	407.5	2,514.3
22	Quebec	4,568.6	4,858.4	4,236.8	3,935.4	24,528.7
23	Ontario	6,916.9	7,048.5	6,317.9	6,051.3	37,278.5
24	Manitoba	667.9	698.2	617.9	596.4	3,634.2
25	Saskatchewan	624.4	618.8	566.9	549.1	3,328.0
26	Alberta	2,009.0	2,038.4	1,885.4	1,790.3	10,867.0
27	British Columbia	2,708.0	2,719.8	2,517.9	2,553.2	14,974.9
28	Yukon	26.0	25.5	21.7	19.0	122.3
29	Northwest Territories	42.4	41.8	39.7	39.8	231.3

**TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
					Groupe de commerce - Canada
-7.0	0.2	-7.0	-3.1	-3.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
2.1	4.1	-4.8	1.2	2.4	Tous les autres magasins d'alimentation 2
4.4	8.8	7.5	3.2	6.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
0.4	0.6	-5.3	-8.5	-3.0	Magasins de chaussures 4
-10.0	-2.4	-14.3	-6.6	-8.4	Magasins de vêtements pour hommes 5
-6.7	-2.9	-5.1	-5.0	-4.3	Magasins de vêtements pour dames 6
3.9	7.7	1.0	-1.7	3.1	Autres magasins de vêtements 7
-5.3	-0.5	-9.8	-7.6	-6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-1.9	0.3	-2.7	-6.7	-0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
-3.0	3.3	13.5	-0.5	4.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
10.0	17.3	16.7	13.4	14.1	Stations-service 11
-0.5	6.1	9.2	-0.8	5.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
3.7	5.7	3.8	2.6	4.8	Magasins de marchandises diverses 13
4.9	3.3	-3.4	1.2	2.8	Autres magasins de produits semi-durables 14
-0.8	2.7	-6.9	-3.4	-2.8	Autres magasins de produits durables 15
-5.1	-1.6	-4.6	7.3	1.8	Autres magasins de vente au détail 16
-1.6	3.7	2.8	0.1	2.3	Total, ensemble des magasins 17
Régions					
-6.7	1.3	-1.4	-2.9	-0.8	Terre-Neuve 18
-1.3	9.2	12.2	11.2	8.0	Île-du-Prince-Édouard 19
0.9	7.8	3.0	5.8	5.3	Nouvelle-Écosse 20
3.1	9.2	9.1	6.3	8.1	Nouveau-Brunswick 21
1.5	6.4	1.8	-0.8	3.2	Québec 22
-4.7	0.9	2.4	-2.8	-0.1	Ontario 23
-0.3	7.9	4.4	3.9	5.2	Manitoba 24
4.8	9.2	9.1	9.4	8.4	Saskatchewan 25
-0.3	4.3	5.3	3.1	4.0	Alberta 26
-1.9	2.0	1.0	1.8	2.0	Colombie-Britannique 27
11.7	20.3	22.3	9.1	12.9	Yukon 28
2.3	7.2	7.1	9.2	8.0	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Canada					
1 Supermarkets and grocery stores	12,190.8	11,559.9	12,452.6	12,882.4	12,776.7
2 All other food stores	1,109.7	965.9	1,069.4	1,058.1	1,104.8
3 Drugs and patent medicine stores	3,105.4	2,979.8	3,318.4	2,913.5	2,905.4
4 Shoe stores	458.9	290.1	492.3	443.1	464.7
5 Men's clothing stores	376.8	279.4	567.9	361.3	413.2
6 Women's clothing stores	1,016.3	732.3	1,239.4	1,030.5	1,068.6
7 Other clothing stores	1,276.1	974.5	1,724.0	1,357.8	1,224.6
8 Household furniture and appliance stores	1,913.4	1,732.9	2,486.1	2,161.7	2,019.0
9 Household furnishings stores	559.2	473.5	664.0	590.4	567.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	15,156.7	11,335.6	11,383.7	12,840.0	14,561.0
11 Gasoline service stations	4,206.0	3,683.4	3,741.4	3,943.7	3,673.1
12 Automotive parts, accessories and services	3,148.4	2,509.8	3,107.7	2,890.4	3,007.9
13 General merchandise stores	5,621.9	4,444.5	7,625.5	5,432.6	5,384.8
14 Other semi-durable goods stores	1,905.3	1,329.0	2,066.0	1,882.5	1,869.1
15 Other durable goods stores	1,331.1	1,040.2	1,690.5	1,374.9	1,351.6
16 Other retail stores	2,696.6	2,314.7	3,279.1	3,002.2	2,802.0
17 Total, all stores	56,072.7	46,645.7	56,907.8	54,165.0	55,193.5
Newfoundland					
1 Supermarkets and grocery stores	272.6	250.7	267.2	295.5	287.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	60.8	58.3	70.2	66.2	68.7
4 Shoe stores	5.2	3.2	6.2	5.6	5.3
5 Men's clothing stores	2.6	1.7	5.2	3.3	3.9
6 Women's clothing stores	12.4	8.4	20.1	12.3	12.2
7 Other clothing stores	8.5	7.2	18.3	11.8	9.4
8 Household furniture and appliance stores	21.4	16.8	31.2	24.8	21.8
9 Household furnishings stores	2.7	2.0	4.7	3.7	3.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	208.6	136.6	126.7	164.3	188.3
11 Gasoline service stations	77.9	78.8	88.4	100.7	87.5
12 Automotive parts, accessories and services	42.5	31.7	44.5	41.5	42.9
13 General merchandise stores	103.9	83.5	172.9	108.7	99.1
14 Other semi-durable goods stores	23.4	16.0	33.6	30.8	32.2
15 Other durable goods stores	9.9	7.6	16.2	9.6	9.4
16 Other retail stores	22.0	18.7	33.0	23.7	22.2
17 Total, all stores	882.2	727.3	945.3	910.9	903.3

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
-4.6	-1.6	-2.6	1.0	1.4	Canada			
0.5	4.8	3.1	3.9	20.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
6.9	6.2	2.0	-1.9	-1.6	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-1.3	-5.7	-9.7	-2.5	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-8.8	-7.8	-5.0	1.1	-3.7	Magasins de chaussures	4		
-4.9	-3.5	-6.8	2.3	7.9	Magasins de vêtements pour hommes	5		
4.2	1.7	4.3	9.1	15.3	Magasins de vêtements pour dames	6		
-5.2	-8.0	-8.7	-1.4	- -	Autres magasins de vêtements	7		
-1.4	1.0	1.5	-3.3	0.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
4.1	4.9	1.7	8.5	3.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
14.5	13.7	4.6	3.1	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
4.7	6.7	-4.7	-3.4	-5.4	Stations-service	11		
4.4	5.3	3.8	6.6	6.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
1.9	4.1	-5.9	2.6	1.6	Magasins de marchandises diverses	13		
-1.5	-4.3	-7.1	-2.0	0.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-3.8	9.2	2.2	5.8	8.2	Autres magasins de produits durables	15		
1.6	3.1	-0.5	3.3	3.1	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Terre-Neuve								
-5.2	-1.0	-1.0	2.1	6.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-11.5	-12.1	-7.3	2.0	4.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-3.7	-2.3	-14.2	-1.1	2.4	Magasins de chaussures	4		
-32.1	-32.0	-32.5	-4.6	-1.5	Magasins de vêtements pour hommes	5		
1.2	-1.1	-5.3	-7.9	-1.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
-9.2	-2.1	6.2	19.2	16.1	Autres magasins de vêtements	7		
-1.7	-5.6	-17.4	1.9	4.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-26.1	-34.8	-7.1	-7.4	2.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
10.8	14.8	6.1	3.8	-2.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-10.9	5.9	3.1	26.6	21.5	Stations-service	11		
-1.2	-6.7	-0.5	-2.1	-6.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.8	11.4	3.3	-4.7	-4.5	Magasins de marchandises diverses	13		
-27.5	-21.8	-15.4	-3.4	10.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
5.4	7.4	-16.5	-18.9	-20.0	Autres magasins de produits durables	15		
-0.8	-6.0	2.7	7.4	16.7	Autres magasins de vente au détail	16		
-2.3	1.2	-1.2	3.5	3.9	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island					
1 Supermarkets and grocery stores	58.6	50.2	57.2	62.2	57.6
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	17.3	16.4	18.4	17.0	16.2
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores
7 Other clothing stores	3.3	2.5	6.3	6.9	2.9
8 Household furniture and appliance stores	4.1	3.6	6.1	4.7	4.8
9 Household furnishings stores	2.1	1.7	2.0	1.4	1.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	53.3	39.8	42.5	48.9	55.8
11 Gasoline service stations	36.9	30.4	32.4	35.9	25.8
12 Automotive parts, accessories and services	14.3	9.6	13.6	11.9	12.6
13 General merchandise stores	21.0	15.1	31.0	23.5	22.2
14 Other semi-durable goods stores	12.8	8.6	14.3	13.8	10.7
15 Other durable goods stores	3.3	2.4	4.8	3.5	3.0
16 Other retail stores	10.3	7.9	11.3	13.7	11.2
17 Total, all stores	246.4	194.0	249.8	253.1	232.2
Nova Scotia					
1 Supermarkets and grocery stores	506.5	469.6	436.5	460.4	450.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	120.1	117.2	127.5	112.5	117.6
4 Shoe stores	9.7	6.7	9.8	9.4	9.2
5 Men's clothing stores	6.6	4.9	11.6	6.9	7.1
6 Women's clothing stores	25.3	18.0	37.9	25.5	26.0
7 Other clothing stores	27.8	21.6	47.6	31.9	25.3
8 Household furniture and appliance stores	30.8	32.5	48.4	36.7	34.7
9 Household furnishings stores	10.7	9.3	15.8	16.2	12.2
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	424.3	321.8	276.1	321.0	429.3
11 Gasoline service stations	142.3	106.9	112.5	126.7	116.0
12 Automotive parts, accessories and services	71.4	56.3	78.9	74.8	75.3
13 General merchandise stores	173.9	132.6	267.3	175.8	167.7
14 Other semi-durable goods stores	41.4	36.1	63.9	52.5	48.5
15 Other durable goods stores	31.1	25.1	45.7	31.7	29.4
16 Other retail stores	94.0	74.3	105.0	107.9	96.1
17 Total, all stores	1,738.2	1,451.2	1,707.0	1,614.9	1,673.3

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
1.9	0.9	3.6	9.8	13.6	Île-du-Prince-Édouard			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
6.6	4.6	9.0	1.7	0.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
..	Magasins de vêtements pour hommes	5		
15.1	30.4	13.3	1.3	-19.9	Magasins de vêtements pour dames	6		
-13.3	-19.3	-20.3	-30.0	-21.6	Autres magasins de vêtements	7		
64.0	53.7	5.2	-43.4	-41.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-4.5	13.2	4.0	20.2	5.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
43.0	49.5	39.9	25.5	9.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
13.0	3.9	-4.9	-13.9	-11.6	Stations-service	11		
-5.4	0.3	-3.3	-1.9	2.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
19.1	23.4	29.5	19.6	22.4	Magasins de marchandises diverses	13		
10.2	19.2	20.2	21.3	25.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-7.8	-6.9	-9.8	-10.4	-1.1	Autres magasins de produits durables	15		
6.1	10.6	6.3	7.7	4.9	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Nouvelle-Écosse								
12.4	13.8	-4.8	-2.7	2.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
2.1	5.3	-0.1	0.6	8.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
6.2	21.5	-12.3	-0.2	3.2	Magasins de chaussures	4		
-7.4	-17.5	-10.1	8.0	3.1	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-2.6	-1.9	-4.4	-8.2	-1.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
9.7	4.8	5.9	13.1	14.9	Autres magasins de vêtements	7		
-11.3	-1.3	-8.7	-12.0	-9.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-11.6	-1.6	-5.7	9.9	-7.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-1.2	7.2	-7.5	-4.5	3.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
22.6	0.9	-9.6	-9.5	-16.8	Stations-service	11		
-5.3	-1.9	-7.5	-1.9	-13.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
3.7	4.6	0.4	2.6	3.4	Magasins de marchandises diverses	13		
-14.7	2.3	-9.0	0.1	0.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
5.5	21.3	11.9	20.6	22.5	Autres magasins de produits durables	15		
-2.2	3.7	-3.7	2.0	2.5	Autres magasins de vente au détail	16		
3.9	7.1	-4.4	-1.9	1.2	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick					
1 Supermarkets and grocery stores	340.1	299.3	315.0	338.0	314.0
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	99.2	109.1	127.8	109.2	106.6
4 Shoe stores	8.0	5.0	10.3	9.1	9.0
5 Men's clothing stores	5.5	4.2	10.7	5.4	6.6
6 Women's clothing stores	22.9	17.8	33.9	22.6	23.0
7 Other clothing stores	21.8	16.2	33.9	23.9	17.8
8 Household furniture and appliance stores	36.0	38.2	50.8	40.2	34.1
9 Household furnishings stores	11.8	8.9	16.4	12.7	10.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	381.3	270.9	266.2	311.5	342.1
11 Gasoline service stations	87.8	77.1	88.6	107.1	92.4
12 Automotive parts, accessories and services	92.4	68.4	92.4	81.9	82.2
13 General merchandise stores	140.7	111.2	218.3	138.2	130.4
14 Other semi-durable goods stores	46.0	30.3	44.9	36.6	37.6
15 Other durable goods stores	18.5	13.1	29.3	23.0	21.2
16 Other retail stores	63.1	44.7	67.3	65.8	58.6
17 Total, all stores	1,388.8	1,125.4	1,417.8	1,338.0	1,298.3
Quebec					
1 Supermarkets and grocery stores	3,107.8	2,899.7	3,290.0	3,387.0	3,387.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	743.7	720.4	771.3	648.7	649.6
4 Shoe stores	161.3	90.9	179.4	153.7	159.9
5 Men's clothing stores	108.7	66.4	134.6	87.9	111.5
6 Women's clothing stores	299.8	213.2	328.9	293.0	301.6
7 Other clothing stores	429.7	272.2	455.6	390.7	378.3
8 Household furniture and appliance stores	565.6	468.7	632.8	612.5	600.4
9 Household furnishings stores	145.2	107.7	149.6	150.6	157.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,576.8	2,455.2	2,374.4	2,758.2	3,241.8
11 Gasoline service stations	914.6	842.3	855.4	820.4	764.7
12 Automotive parts, accessories and services	847.9	636.3	838.6	741.7	796.1
13 General merchandise stores	1,194.6	936.7	1,479.2	1,106.4	1,138.5
14 Other semi-durable goods stores	465.0	285.1	441.1	446.2	447.6
15 Other durable goods stores	273.5	213.1	345.9	294.7	296.0
16 Other retail stores	443.6	349.1	531.2	435.1	459.8
17 Total, all stores	13,663.8	10,864.9	13,150.0	12,674.3	13,229.4

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
8.3	5.4	2.3	5.8	0.2	Nouveau-Brunswick			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-6.9	8.5	12.5	13.2	13.0	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-11.3	-7.9	-4.6	10.0	11.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-16.0	-6.1	-14.5	-25.5	-21.2	Magasins de chaussures	4		
-0.4	13.7	3.7	-2.1	5.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
22.4	16.3	30.3	27.8	15.0	Magasins de vêtements pour dames	6		
5.7	18.5	-1.9	8.0	0.1	Autres magasins de vêtements	7		
10.2	7.2	24.4	13.8	3.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
11.5	21.3	14.6	28.8	5.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-5.0	-17.9	-23.7	-13.2	-15.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
12.4	12.0	2.0	-2.8	0.2	Stations-service	11		
7.9	12.5	7.1	-0.3	-6.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
22.5	30.2	9.7	19.6	21.8	Magasins de marchandises diverses	13		
-12.9	-12.8	-12.6	3.5	6.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
7.7	3.2	-1.0	2.7	8.8	Autres magasins de produits durables	15		
7.0	9.4	4.2	8.3	1.8	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Québec								
-8.3	-8.3	-7.3	-5.9	-6.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
14.5	10.1	4.0	-11.5	-12.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
0.9	-2.4	-3.8	2.0	2.3	Magasins de chaussures	4		
-2.5	-6.4	-7.1	-7.1	-3.9	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-0.6	5.1	-2.1	4.2	7.4	Magasins de vêtements pour dames	6		
13.6	1.6	6.4	14.9	18.6	Autres magasins de vêtements	7		
-5.8	3.5	0.8	9.0	14.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-8.1	4.5	2.7	5.5	13.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
10.3	8.8	1.9	-0.9	-10.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
19.6	23.4	16.3	8.7	8.2	Stations-service	11		
6.5	12.8	1.4	1.4	-2.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.9	8.5	1.5	1.3	3.4	Magasins de marchandises diverses	13		
3.9	-1.3	-10.0	-4.2	-4.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-7.6	-4.0	-1.9	7.8	7.8	Autres magasins de produits durables	15		
-3.5	-1.2	-2.2	1.2	1.0	Autres magasins de vente au détail	16		
3.3	3.0	-0.8	-0.7	-3.2	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Ontario					
1 Supermarkets and grocery stores	3,745.6	3,647.5	3,891.6	4,026.7	4,061.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	1,203.3	1,168.1	1,290.3	1,148.9	1,152.7
4 Shoe stores	162.7	102.5	165.1	151.0	162.9
5 Men's clothing stores	142.8	107.4	220.6	138.4	164.1
6 Women's clothing stores	373.8	254.5	454.2	372.4	401.8
7 Other clothing stores	410.1	345.8	633.8	480.6	434.3
8 Household furniture and appliance stores	595.2	560.0	846.1	718.0	681.7
9 Household furnishings stores	201.9	180.1	244.6	219.9	212.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,699.6	4,266.5	4,454.8	5,022.0	5,621.3
11 Gasoline service stations	1,654.9	1,390.3	1,404.0	1,488.4	1,387.9
12 Automotive parts, accessories and services	1,186.5	946.1	1,175.0	1,079.1	1,143.6
13 General merchandise stores	2,059.2	1,627.5	2,929.3	2,001.5	1,978.0
14 Other semi-durable goods stores	707.6	509.4	799.6	704.4	688.7
15 Other durable goods stores	517.4	374.0	637.8	503.4	517.0
16 Other retail stores	1,166.3	1,080.3	1,525.8	1,440.2	1,290.3
17 Total, all stores	20,283.4	16,995.1	21,144.8	19,957.8	20,407.2
Manitoba					
1 Supermarkets and grocery stores	519.3	483.1	508.5	510.8	502.4
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	73.7	74.2	86.6	75.4	72.7
4 Shoe stores	14.7	8.8	15.7	12.5	12.9
5 Men's clothing stores	11.7	7.3	15.6	9.4	11.2
6 Women's clothing stores	28.3	18.2	31.8	26.4	27.8
7 Other clothing stores	45.4	35.2	61.9	42.8	40.4
8 Household furniture and appliance stores	63.7	56.2	77.5	63.3	56.7
9 Household furnishings stores	14.5	11.6	16.2	15.0	14.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	492.5	373.0	362.8	412.0	467.4
11 Gasoline service stations	170.1	147.3	156.8	176.6	171.6
12 Automotive parts, accessories and services	113.2	89.3	100.7	89.3	91.4
13 General merchandise stores	234.1	185.0	320.9	234.4	236.6
14 Other semi-durable goods stores	54.4	41.5	67.2	50.7	47.4
15 Other durable goods stores	46.5	34.6	63.6	52.8	52.4
16 Other retail stores	80.8	65.8	99.2	85.3	80.8
17 Total, all stores	1,984.0	1,650.2	2,008.0	1,877.5	1,908.8

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
-7.8	-3.9	-3.8	1.4	2.1	Ontario			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
4.4	8.2	3.4	1.6	3.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-0.1	-11.3	-16.0	-7.9	-5.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-12.9	-13.9	-9.2	-2.5	-7.9	Magasins de chaussures	4		
-7.0	-11.3	-12.6	-0.9	5.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-5.6	-3.9	1.5	3.9	14.8	Magasins de vêtements pour dames	6		
-12.7	-20.5	-16.7	-11.9	-6.0	Autres magasins de vêtements	7		
-5.0	-3.0	-7.5	-10.7	-3.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
1.4	-1.4	-4.9	11.5	5.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
19.2	14.1	7.7	9.8	6.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
3.7	2.4	-7.1	-5.6	-6.0	Stations-service	11		
4.1	3.9	4.7	9.2	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
2.7	5.4	-4.3	8.7	6.2	Magasins de marchandises diverses	13		
0.1	-13.1	-12.7	-7.0	-2.0	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-9.6	18.0	7.3	10.5	13.1	Autres magasins de produits durables	15		
-0.6	0.5	-2.1	4.7	4.8	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Manitoba								
3.4	9.0	5.9	6.7	5.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
1.4	10.8	18.8	18.5	14.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
13.5	7.7	13.6	27.2	23.6	Magasins de chaussures	4		
4.5	-10.1	-11.2	-6.3	-11.9	Magasins de vêtements pour hommes	5		
1.7	-12.1	-15.7	-10.4	-13.0	Magasins de vêtements pour dames	6		
12.3	15.8	11.5	10.2	17.1	Autres magasins de vêtements	7		
12.5	5.3	-6.2	8.0	1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
2.7	-4.4	10.1	13.8	6.4	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
5.4	11.9	2.9	20.5	15.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-0.9	-2.6	-4.5	3.7	16.8	Stations-service	11		
23.9	39.6	16.2	4.5	-4.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-1.1	-3.2	-0.6	4.6	6.1	Magasins de marchandises diverses	13		
14.8	14.8	8.8	10.9	-8.0	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-11.4	-15.8	-10.9	5.0	12.5	Autres magasins de produits durables	15		
--	0.4	3.2	10.9	10.6	Autres magasins de vente au détail	16		
3.9	6.8	2.7	9.1	8.4	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan					
1 Supermarkets and grocery stores	436.3	397.1	427.8	436.2	425.1
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	74.1	61.0	79.8	73.0	85.4
4 Shoe stores	10.1	6.3	10.2	9.2	10.9
5 Men's clothing stores	8.4	6.2	15.9	9.0	8.9
6 Women's clothing stores	25.8	17.5	30.9	23.8	24.6
7 Other clothing stores	38.0	27.1	51.3	34.6	34.0
8 Household furniture and appliance stores	41.4	38.6	58.7	52.2	48.0
9 Household furnishings stores	17.7	14.7	21.1	16.8	14.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	506.7	408.6	422.5	389.6	409.1
11 Gasoline service stations	171.1	154.0	142.8	145.9	134.5
12 Automotive parts, accessories and services	104.8	79.4	96.1	117.3	125.4
13 General merchandise stores	207.1	174.6	277.7	202.1	202.7
14 Other semi-durable goods stores	46.4	36.2	67.3	53.3	46.4
15 Other durable goods stores	39.6	27.8	47.9	38.3	35.4
16 Other retail stores	67.4	54.3	78.1	71.9	66.3
17 Total, all stores	1,810.2	1,517.8	1,843.2	1,685.4	1,682.3
Alberta					
1 Supermarkets and grocery stores	1,406.8	1,280.2	1,382.7	1,443.9	1,416.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	288.5	269.8	298.6	262.6	253.4
4 Shoe stores	38.1	26.7	41.3	39.2	40.0
5 Men's clothing stores	41.9	35.9	67.0	42.9	40.2
6 Women's clothing stores	91.0	75.8	122.3	97.1	102.2
7 Other clothing stores	141.2	118.9	202.8	161.5	132.1
8 Household furniture and appliance stores	238.0	213.6	314.8	253.6	228.0
9 Household furnishings stores	61.1	54.2	76.8	59.9	51.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,608.5	1,207.5	1,320.3	1,394.2	1,594.4
11 Gasoline service stations	392.0	364.0	343.7	366.5	349.8
12 Automotive parts, accessories and services	303.3	253.4	304.6	311.4	317.1
13 General merchandise stores	599.2	471.3	795.6	566.8	561.7
14 Other semi-durable goods stores	188.2	136.3	198.8	171.8	190.2
15 Other durable goods stores	175.0	136.8	208.0	163.6	145.7
16 Other retail stores	327.0	257.7	351.6	309.9	302.6
17 Total, all stores	5,932.8	4,934.2	6,068.2	5,679.8	5,759.4

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
2.6	7.5	14.5	12.3	10.8	Saskatchewan			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-13.1	-26.6	-26.3	-30.6	-22.2	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-7.8	-10.5	-15.8	-4.7	13.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-5.9	-5.7	11.1	9.7	-19.6	Magasins de chaussures	4		
4.6	-1.6	2.1	2.8	2.8	Magasins de vêtements pour hommes	5		
11.7	12.5	11.2	11.4	28.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
-13.8	-21.5	-12.2	7.3	7.3	Autres magasins de vêtements	7		
18.7	8.4	5.0	5.1	-1.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
23.8	26.1	13.7	18.9	12.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
27.2	31.3	7.5	-0.4	2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-16.4	-12.6	-26.9	-7.6	-4.8	Stations-service	11		
2.2	9.4	7.6	11.1	10.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
-0.2	1.3	11.9	16.2	-11.9	Magasins de marchandises diverses	13		
11.9	2.2	-1.6	-0.1	-13.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
1.7	4.7	1.1	3.9	3.7	Autres magasins de produits durables	15		
7.6	9.4	4.5	6.9	5.0	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Alberta								
-0.7	0.4	0.3	5.4	5.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
13.8	6.5	-1.1	0.2	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-4.8	-5.0	-8.1	-0.4	22.9	Magasins de chaussures	4		
4.2	15.7	19.8	37.7	-0.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-10.9	-1.8	-11.3	0.8	14.3	Magasins de vêtements pour dames	6		
6.9	15.2	9.3	15.0	14.0	Autres magasins de vêtements	7		
4.4	-8.6	-4.6	-0.4	-9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
19.0	21.5	26.2	0.8	-7.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
0.9	10.5	19.2	13.9	5.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
12.1	16.2	-11.3	-18.4	-13.2	Stations-service	11		
-4.4	-5.4	-22.5	-14.9	-16.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
6.7	4.6	4.9	7.5	8.6	Magasins de marchandises diverses	13		
-1.0	9.5	-9.8	-12.8	-4.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
20.1	16.7	-0.9	-6.2	-3.0	Autres magasins de produits durables	15		
8.0	5.6	-1.7	4.8	10.3	Autres magasins de vente au détail	16		
3.0	5.2	1.5	2.9	1.5	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia					
1 Supermarkets and grocery stores	1,752.4	1,744.2	1,835.4	1,879.6	1,834.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	418.2	379.7	441.4	393.8	376.3
4 Shoe stores	47.5	39.1	52.4	51.6	53.0
5 Men's clothing stores	47.0	44.2	83.6	56.0	57.9
6 Women's clothing stores	132.4	106.2	174.2	152.9	144.9
7 Other clothing stores	146.9	125.6	208.2	169.5	146.6
8 Household furniture and appliance stores	312.7	300.5	413.7	350.7	304.4
9 Household furnishings stores	90.5	82.4	115.4	93.1	87.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,173.4	1,834.9	1,716.7	1,996.4	2,187.9
11 Gasoline service stations	545.0	479.6	504.9	559.9	529.8
12 Automotive parts, accessories and services	365.3	333.6	357.0	333.3	312.9
13 General merchandise stores	830.9	661.2	1,077.9	822.9	794.1
14 Other semi-durable goods stores	313.4	223.8	327.0	314.7	312.7
15 Other durable goods stores	210.6	202.1	286.0	248.6	236.5
16 Other retail stores	411.7	354.2	465.6	437.7	404.1
17 Total, all stores	7,945.7	7,029.2	8,192.4	7,988.3	7,919.4
Yukon and Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	44.9	38.3	40.5	42.2	38.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores	1.4	0.7	1.3	1.1	1.3
7 Other clothing stores
8 Household furniture and appliance stores	4.6	4.1	5.9	5.1	4.6
9 Household furnishings stores	1.1	1.0	1.3	1.3	1.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	31.7	21.0	20.4	22.0	23.7
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	57.5	45.8	55.4	52.2	53.9
14 Other semi-durable goods stores	6.8	5.7	8.3	7.7	6.9
15 Other durable goods stores	5.7	3.7	5.3	5.6	5.4
16 Other retail stores	10.4	7.8	10.9	11.1	10.0
17 Total, all stores	197.2	156.3	181.3	185.0	179.8

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2		
Per cent - pourcentage						
-4.5	4.7	1.1	6.3	8.4	Colombie-Britannique	
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	
11.1	2.7	0.5	3.8	4.3	Tous les autres magasins d'alimentation	
-10.3	-3.6	-12.0	-8.0	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	
-18.8	-6.8	-3.1	6.6	16.2	Magasins de chaussures	
-8.7	-1.6	3.0	14.9	21.7	Magasins de vêtements pour hommes	
0.2	-0.5	-3.1	3.6	8.7	Magasins de vêtements pour dames	
2.7	0.4	-7.0	3.2	-2.5	Autres magasins de vêtements	
3.6	-5.0	5.2	-6.5	-2.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	
-0.7	3.2	4.7	7.5	21.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	
2.9	5.9	2.5	-0.3	9.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	
16.7	21.7	13.0	5.5	1.9	Stations-service	
4.6	4.8	5.2	10.7	8.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	
0.2	3.1	-8.3	5.4	4.6	Magasins de marchandises diverses	
-11.0	0.7	-5.7	-2.7	-4.0	Autres magasins de produits semi-durables	
1.9	4.9	-2.8	-2.0	2.2	Autres magasins de produits durables	
0.3	4.1	1.2	5.0	10.1	Autres magasins de vente au détail	
					Total, ensemble des magasins	
Yukon et Territoires du Nord-Ouest						
15.6	13.7	-10.1	-6.1	-12.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	
..	Tous les autres magasins d'alimentation	
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	
3.1	-26.7	-9.4	0.2	14.7	Magasins de vêtements pour dames	
..	Autres magasins de vêtements	
--	3.8	17.1	28.4	21.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	
-6.3	-3.0	-8.1	-6.1	-13.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	
33.8	22.8	21.9	22.0	15.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	
..	Stations-service	
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	
6.7	2.8	-3.8	7.9	4.4	Magasins de marchandises diverses	
-2.5	19.3	1.6	4.9	13.1	Autres magasins de produits semi-durables	
5.2	5.6	-7.8	-15.6	-12.4	Autres magasins de produits durables	
3.3	4.6	1.8	4.9	11.4	Autres magasins de vente au détail	
9.7	9.6	-1.1	4.1	2.8	Total, ensemble des magasins	
					17	

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Yukon					
1 Supermarkets and grocery stores	21.3	17.0	18.4	20.1	17.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores	x	x	x	x	x
7 Other clothing stores	x	x	x	x	x
8 Household furniture and appliance stores
9 Household furnishings stores	x	x	x	x	x
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16.4	6.9	7.1	7.4	10.1
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	x	x	x	x	x
14 Other semi-durable goods stores	3.3	2.1	3.5	4.1	3.2
15 Other durable goods stores
16 Other retail stores	x	x	x	x	x
17 Total, all stores	73.2	49.1	62.0	68.9	62.2
Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	23.6	21.3	22.1	22.1	21.4
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores	x	x	x	x	x
7 Other clothing stores	x	x	x	x	x
8 Household furniture and appliance stores	1.8	1.6	2.2	1.7	1.8
9 Household furnishings stores	x	x	x	x	x
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	15.3	14.1	13.3	14.6	13.6
11 Gasoline service stations	5.0	6.0	4.7	4.5	3.9
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	x	x	x	x	x
14 Other semi-durable goods stores	3.5	3.6	4.8	3.6	3.7
15 Other durable goods stores	2.8	2.0	2.4	2.2	2.7
16 Other retail stores	x	x	x	x	x
17 Total, all stores	124.0	107.3	119.3	116.1	117.6

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
22.0	14.1	40.8	38.5	24.9	Yukon			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
X	X	X	X	X	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
..	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
62.2	11.2	9.0	15.7	16.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
2.2	1.6	0.8	-3.2	4.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
..	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
17.7	6.5	14.2	16.3	12.1	Total, ensemble des magasins	17		
Territoires du Nord-Ouest								
10.3	13.3	-30.9	-27.4	-29.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
-3.0	15.9	23.6	-12.2	-11.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
12.7	29.4	30.1	25.5	14.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
28.7	49.4	12.9	-9.9	-8.7	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
-6.5	33.1	2.3	15.8	21.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
3.6	8.5	-12.2	-13.1	13.9	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
5.5	11.0	-7.5	-2.0	-1.5	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.		Response fraction Fraction de réponse			
		June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars
		Per cent - pourcentage			
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	94.3	95.9	95.8	95.3
2	All other food stores	85.2	85.3	88.9	86.6
3	Drugs and patent medicine stores	87.9	94.5	94.0	94.0
4	Shoe stores	95.9	96.0	97.4	96.7
5	Men's clothing stores	93.5	93.7	93.9	90.8
6	Women's clothing stores	96.4	96.5	92.3	90.8
7	Other clothing stores	93.4	95.7	94.5	91.3
8	Household furniture and appliance stores	85.9	90.6	91.9	91.9
9	Household furnishings stores	89.6	91.0	91.9	92.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.2	96.7	96.4	96.9
11	Gasoline service stations	92.3	94.4	93.8	93.9
12	Automotive parts, accessories and services	89.1	89.8	90.7	92.8
13	General merchandise stores	99.2	99.7	99.5	99.8
14	Other semi-durable goods stores	88.6	95.1	93.5	93.1
15	Other durable goods stores	92.4	94.1	94.7	94.4
16	Other retail stores	95.0	96.7	96.6	96.3
17	Total, all stores	93.6	95.5	95.4	95.3
Regions					
18	Newfoundland	95.8	96.8	96.7	97.1
19	Prince Edward Island	95.2	95.0	95.7	96.3
20	Nova Scotia	94.8	95.7	94.9	95.5
21	New Brunswick	97.3	97.9	96.0	97.1
22	Quebec	93.5	94.9	94.3	94.7
23	Ontario	91.4	94.7	95.0	94.4
24	Manitoba	94.8	96.2	96.5	96.5
25	Saskatchewan	96.0	97.1	97.0	96.4
26	Alberta	93.8	95.3	94.5	95.2
27	British Columbia	96.8	97.7	97.8	97.7
28	Yukon	85.2	91.4	91.8	88.7
29	Northwest Territories	97.0	97.9	97.8	96.6

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	
Per cent - pourcentage				
				Groupe de commerce - Canada
1.7	1.5	1.5	1.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1
6.2	5.7	5.4	5.7	Tous les autres magasins d'alimentation 2
1.8	1.8	1.8	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
2.7	2.8	3.3	3.8	Magasins de chaussures 4
4.5	4.9	4.6	4.6	Magasins de vêtements pour hommes 5
4.1	3.9	3.8	3.3	Magasins de vêtements pour dames 6
5.5	5.5	5.6	4.9	Autres magasins de vêtements 7
2.9	2.7	3.0	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
7.3	6.4	5.9	3.8	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.4	4.3	6.1	4.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
2.8	2.9	3.0	2.8	Stations-service 11
2.5	2.6	2.9	2.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	0.6	0.5	0.5	Magasins de marchandises diverses 13
5.6	4.1	2.7	2.8	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.9	3.6	3.2	3.6	Autres magasins de produits durables 15
1.5	2.0	1.8	4.0	Autres magasins de vente au détail 16
1.3	1.3	1.8	1.3	Total, ensemble des magasins 17
				Régions
2.6	2.5	2.8	2.9	Terre-Neuve 18
1.5	1.5	1.5	2.2	Île-du-Prince-Édouard 19
4.9	4.7	4.5	4.6	Nouvelle-Écosse 20
2.7	2.4	2.5	2.2	Nouveau-Brunswick 21
2.3	2.3	2.4	1.9	Québec 22
3.0	3.0	4.5	3.2	Ontario 23
2.2	2.5	2.1	1.9	Manitoba 24
2.5	2.7	2.7	2.5	Saskatchewan 25
3.0	2.3	2.9	2.6	Alberta 26
2.0	1.9	1.7	1.8	Colombie-Britannique 27
1.8	1.7	0.8	1.2	Yukon 28
2.1	1.8	2.2	2.2	Territoires du Nord-Ouest 29

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.	June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1 Supermarkets and grocery stores	3,965.0	3,967.8	4,015.7	4,013.0	4,015.1	4,037.7	4,117.7
2 All other food stores	349.6	350.0	354.8	348.9	358.6	367.4	349.4
3 Drugs and patent medicine stores	1,063.2	1,054.1	1,046.3	1,038.3	1,034.6	1,027.2	1,031.3
4 Shoe stores	146.2	142.9	136.2	136.6	134.7	131.6	132.5
5 Men's clothing stores	125.2	126.8	123.2	127.0	128.7	128.6	130.7
6 Women's clothing stores	332.8	328.8	326.3	326.4	331.0	328.0	329.9
7 Other clothing stores	454.4	453.8	449.9	427.4	438.8	445.0	438.8
8 Household furniture and appliance stores	679.9	691.1	647.2	680.9	673.6	664.0	683.9
9 Household furnishings stores	191.9	190.0	181.5	185.5	191.6	196.2	196.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,303.2	4,238.2	4,284.4	4,266.9	4,272.6	4,207.0	4,177.1
11 Gasoline service stations	1,377.1	1,411.1	1,380.8	1,356.4	1,304.9	1,307.4	1,277.8
12 Automotive parts, accessories and service	987.7	986.6	972.0	967.4	996.7	1,017.1	974.0
13 General merchandise stores	1,993.9	1,953.3	1,946.8	1,932.0	1,939.9	1,926.5	1,914.3
14 Other semi-durable goods stores	633.6	610.6	576.8	599.4	592.3	604.5	572.5
15 Other durable goods stores	457.7	456.5	443.3	460.9	437.4	440.6	440.8
16 Other retail stores	907.4	895.2	929.0	943.1	961.3	971.3	923.5
17 Total, all stores	17,968.8	17,856.8	17,814.2	17,810.0	17,811.8	17,800.2	17,690.7
Regions							
18 Newfoundland	283.8	286.2	286.6	285.7	291.6	285.6	282.2
19 Prince Edward Island	79.8	80.5	80.5	80.9	80.4	76.6	79.1
20 Nova Scotia	558.9	557.7	548.3	559.5	569.4	548.1	536.6
21 New Brunswick	447.5	447.3	448.0	442.6	442.1	443.6	439.3
22 Quebec	4,263.8	4,221.5	4,166.3	4,164.4	4,185.0	4,209.8	4,189.3
23 Ontario	6,523.6	6,464.5	6,495.7	6,497.0	6,435.2	6,555.3	6,485.2
24 Manitoba	633.2	645.8	633.6	627.9	621.9	637.2	612.3
25 Saskatchewan	591.4	585.1	583.0	578.8	571.2	571.7	564.3
26 Alberta	1,906.3	1,898.7	1,898.9	1,891.0	1,931.2	1,846.8	1,867.1
27 British Columbia	2,618.9	2,606.6	2,609.7	2,620.1	2,642.4	2,567.1	2,576.3
28 Yukon	22.9	23.1	22.9	21.6	19.5	19.1	20.8
29 Northwest Territories	38.6	39.8	40.7	40.5	41.1	39.2	38.2

**TABLEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin		N°
millions of dollars - millions de dollars							
4,091.6	4,116.0	4,155.8	4,150.3	4,168.0	4,153.6	Groupe de commerce - Canada	
342.9	342.1	346.2	338.4	338.5	343.5	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
1,017.0	1,006.5	1,002.6	987.6	988.3	984.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2
143.4	133.2	140.1	143.3	144.4	152.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
129.7	131.6	134.1	136.3	138.4	139.3	Magasins de chaussures	4
327.6	326.9	335.8	339.7	343.7	365.4	Magasins de vêtements pour hommes	5
438.7	436.7	443.1	439.5	437.8	436.1	Magasins de vêtements pour dames	6
682.7	690.4	700.8	706.5	703.6	699.0	Autres magasins de vêtements	7
194.4	192.3	192.5	188.6	186.1	188.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
4,164.0	4,191.2	4,241.7	4,278.4	4,123.7	4,169.8	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1,231.5	1,223.3	1,230.8	1,226.8	1,234.9	1,230.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
976.6	932.9	947.9	962.5	954.4	952.4	Stations-service	11
1,901.7	1,901.2	1,902.9	1,909.3	1,899.6	1,909.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
576.3	580.6	616.2	606.0	605.1	600.1	Magasins de marchandises diverses	13
440.4	433.8	446.1	452.9	470.7	461.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
973.2	946.9	947.1	943.9	940.5	931.8	Autres magasins de produits durables	15
973.2	946.9	947.1	943.9	940.5	931.8	Autres magasins de vente au détail	16
17,631.8	17,585.6	17,783.6	17,810.0	17,677.7	17,717.7	Total, ensemble des magasins	17
Régions							
287.3	288.8	291.4	292.6	293.7	290.2	Terre-Neuve	18
78.9	77.5	77.5	77.6	75.8	76.7	Île-du-Prince-Édouard	19
520.1	516.0	527.6	529.9	523.9	530.9	Nouvelle-Écosse	20
434.7	430.0	435.5	432.5	428.1	425.2	Nouveau-Brunswick	21
4,220.3	4,186.7	4,174.5	4,146.6	4,117.3	4,061.8	Québec	22
6,439.5	6,401.6	6,616.4	6,628.6	6,574.6	6,615.3	Ontario	23
603.8	618.2	623.3	623.9	624.7	621.9	Manitoba	24
560.4	567.0	558.1	560.6	555.7	554.4	Saskatchewan	25
1,870.0	1,886.8	1,858.0	1,876.2	1,855.5	1,859.6	Alberta	26
2,560.4	2,554.6	2,563.4	2,582.4	2,571.4	2,624.1	Colombie-Britannique	27
20.3	20.9	20.4	21.1	19.6	19.7	Yukon	28
36.1	37.5	37.5	38.0	37.5	37.9	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.		June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,085.5	4,257.9	3,847.4	4,030.8	3,760.9	3,768.1	4,512.6
2	All other food stores	380.9	379.0	349.8	341.1	317.7	307.1	427.0
3	Drugs and patent medicine stores	1,029.8	1,067.3	1,008.2	1,009.5	977.0	993.2	1,276.4
4	Shoe stores	163.3	162.5	133.1	111.9	82.1	96.0	179.8
5	Men's clothing stores	137.1	132.4	107.3	98.0	82.4	99.0	279.2
6	Women's clothing stores	357.1	358.0	301.2	275.4	224.6	232.4	561.4
7	Other clothing stores	442.5	432.0	401.6	363.3	292.7	318.5	763.7
8	Household furniture and appliance stores	659.4	649.7	604.3	626.4	549.3	557.2	1,003.6
9	Household furnishings stores	196.8	193.3	169.1	165.3	151.3	156.9	245.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,002.8	5,264.6	4,889.2	4,327.0	3,619.5	3,389.1	3,349.5
11	Gasoline service stations	1,446.2	1,477.9	1,282.0	1,281.7	1,183.8	1,217.9	1,261.1
12	Automotive parts, accessories and service	1,072.3	1,119.0	957.1	857.6	795.0	857.2	1,053.8
13	General merchandise stores	1,934.7	1,925.4	1,761.8	1,650.1	1,407.8	1,386.6	3,296.4
14	Other semi-durable goods stores	681.2	710.5	513.6	464.7	428.3	435.9	901.0
15	Other durable goods stores	470.2	468.5	392.3	373.5	326.0	340.8	851.2
16	Other retail stores	952.4	929.6	814.6	834.8	757.8	722.1	1,424.4
17	Total, all stores	19,012.4	19,527.6	17,532.6	16,811.3	14,956.3	14,878.1	21,386.4
Regions								
18	Newfoundland	292.9	306.7	282.7	267.4	236.2	223.7	354.2
19	Prince Edward Island	85.9	86.0	74.5	70.8	63.4	59.8	94.1
20	Nova Scotia	592.9	604.6	540.7	530.9	469.5	450.7	660.5
21	New Brunswick	477.5	480.8	430.5	407.5	360.8	357.0	531.2
22	Quebec	4,568.6	4,858.4	4,236.8	3,935.4	3,447.7	3,481.7	4,759.9
23	Ontario	6,916.9	7,048.5	6,317.9	6,051.3	5,430.1	5,513.7	8,036.4
24	Manitoba	667.9	698.2	617.9	596.4	524.8	529.0	767.2
25	Saskatchewan	624.4	618.8	566.9	549.1	479.7	489.0	685.6
26	Alberta	2,009.0	2,038.4	1,885.4	1,790.3	1,607.6	1,536.3	2,296.7
27	British Columbia	2,708.0	2,719.8	2,517.9	2,553.2	2,285.9	2,190.2	3,132.5
28	Yukon	26.0	25.5	21.7	19.0	15.3	14.7	22.4
29	Northwest Territories	42.4	41.8	39.7	39.8	35.3	32.2	45.5

TABLEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year 1996 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
Groupe de commerce - Canada								
4,008.3	3,931.6	4,304.5	4,269.2	4,308.7	4,394.4	23,750.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
318.4	324.0	346.1	352.4	359.6	373.1	2,075.6	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,026.6	1,015.3	993.6	983.0	936.9	986.2	6,085.1	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
171.3	141.3	160.1	150.2	132.9	162.6	749.0	Magasins de chaussures	4
159.2	129.4	128.8	114.0	118.5	152.4	656.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
353.0	325.1	368.6	335.0	326.9	382.7	1,748.6	Magasins de vêtements pour dames	6
511.8	448.5	499.1	472.4	386.3	426.1	2,250.7	Autres magasins de vêtements	7
758.5	723.9	739.7	726.8	695.2	696.3	3,646.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
218.2	200.5	201.0	198.8	190.6	200.6	1,032.7	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3,916.8	4,117.4	4,158.9	4,431.5	4,249.6	5,156.6	26,492.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,232.1	1,248.1	1,241.6	1,345.9	1,356.1	1,314.9	7,889.4	Stations-service	11
1,102.3	951.5	921.3	981.8	987.3	1,077.4	5,658.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2,389.5	1,939.6	1,837.5	1,881.9	1,713.3	1,865.6	10,066.4	Magasins de marchandises diverses	13
614.7	550.3	622.6	644.9	615.0	649.5	3,234.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
458.8	380.6	428.5	474.3	472.1	473.8	2,371.3	Autres magasins de produits durables	15
964.8	889.9	969.9	1,007.7	1,024.5	1,003.2	5,011.3	Autres magasins de vente au détail	16
18,204.5	17,317.0	17,921.6	18,369.9	17,873.4	19,315.5	102,718.3	Total, ensemble des magasins	17
Régions								
307.2	283.9	294.5	311.6	304.7	314.0	1,609.6	Terre-Neuve	18
80.9	74.7	78.8	88.4	85.9	87.0	440.3	Île-du-Prince-Édouard	19
543.5	503.0	527.8	550.5	536.6	587.4	3,189.4	Nouvelle-Écosse	20
461.6	424.9	440.6	453.4	444.0	463.2	2,514.3	Nouveau-Brunswick	21
4,303.5	4,086.6	4,196.2	4,305.1	4,173.1	4,501.2	24,528.7	Québec	22
6,792.3	6,316.2	6,674.9	6,740.8	6,542.1	7,257.3	37,278.5	Ontario	23
626.8	614.0	621.0	634.1	622.5	669.8	3,634.2	Manitoba	24
584.2	573.4	551.3	574.7	559.4	596.0	3,328.0	Saskatchewan	25
1,908.3	1,863.3	1,856.8	1,941.6	1,881.4	2,015.7	10,867.0	Alberta	26
2,539.6	2,520.2	2,621.9	2,706.1	2,660.4	2,759.1	14,974.9	Colombie-Britannique	27
19.5	20.1	20.8	24.5	23.6	23.3	122.3	Yukon	28
37.1	36.7	37.2	39.1	39.8	41.5	231.3	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

Regions	Sales Ventes				
	June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland	85.9	86.2	78.6	75.1	455.3
Prince Edward Island	24.7	23.8	20.7	19.0	122.7
Nova Scotia	161.7	164.6	151.0	146.8	881.2
New Brunswick	139.5	143.6	127.3	124.0	764.3
Quebec	1,499.4	1,553.4	1,334.1	1,214.8	7,761.4
Ontario	2,213.0	2,222.0	1,939.0	1,866.3	11,603.3
Manitoba	199.9	202.1	184.8	175.3	1,059.6
Saskatchewan	176.3	173.6	158.6	144.9	918.3
Alberta	633.5	643.8	584.9	562.1	3,401.4
British Columbia	908.0	856.8	785.3	783.6	4,714.9
Yukon	6.8	5.9	5.3	5.3	31.5
Northwest Territories	23.6	23.7	22.9	21.0	126.7
Total	6,072.2	6,099.6	5,392.5	5,138.2	31,840.7

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

Regions	June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre
	millions of dollars - millions de dollars						
Newfoundland	85.9	86.2	78.6	75.1	65.1	64.4	157.4
Prince Edward Island	24.7	23.8	20.7	19.0	17.1	17.4	40.0
Nova Scotia	161.7	164.6	151.0	146.8	130.0	127.1	297.5
New Brunswick	139.5	143.6	127.3	124.0	113.9	115.9	243.4
Quebec	1,499.4	1,553.4	1,334.1	1,214.8	1,059.5	1,100.2	2,004.8
Ontario	2,213.0	2,222.0	1,939.0	1,866.3	1,653.6	1,709.3	3,551.3
Manitoba	199.9	202.1	184.8	175.3	149.7	147.6	329.0
Saskatchewan	176.3	173.6	158.6	144.9	128.3	136.7	277.6
Alberta	633.5	643.8	584.9	562.1	496.4	480.9	1,025.3
British Columbia	908.0	856.8	785.3	783.6	685.5	695.9	1,395.3
Yukon	6.8	5.9	5.3	5.3	4.2	4.0	8.8
Northwest Territories	23.6	23.7	22.9	21.0	18.2	17.2	27.5
Total	6,072.2	6,099.6	5,392.5	5,138.2	4,521.5	4,616.6	9,357.9

TABLEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
-7.3	-1.7	-7.9	-4.7	-4.5	Terre-Neuve
1.8	7.2	4.6	2.5	5.2	Île-du-Prince-Édouard
-2.2	2.6	-0.6	3.7	1.9	Nouvelle-Écosse
-1.1	6.2	5.4	6.7	7.0	Nouveau-Brunswick
2.5	6.0	1.6	1.6	4.0	Québec
-0.9	3.3	-3.5	-4.6	-1.1	Ontario
0.4	5.0	2.4	-1.1	1.8	Manitoba
-2.4	1.8	-1.0	-3.6	-1.8	Saskatchewan
4.7	9.0	6.5	4.9	6.0	Alberta
5.1	0.3	-1.3	0.6	1.6	Colombie-Britannique
1.2	-1.6	1.1	3.6	-1.1	Yukon
5.4	6.6	5.1	4.1	5.0	Territoires du Nord-Ouest
1.3	4.1	-0.4	-0.7	1.6	Total

TABLEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year 1996 Année	
millions of dollars - millions de dollars							Régions
122.8	98.4	93.1	95.2	88.4	92.7	455.3	Terre-Neuve
27.2	22.7	23.7	27.4	25.5	24.2	122.7	Île-du-Prince-Édouard
209.5	168.5	168.4	172.7	157.8	165.4	881.2	Nouvelle-Écosse
184.2	148.6	142.6	147.8	130.6	141.0	764.3	Nouveau-Brunswick
1,520.5	1,393.1	1,427.8	1,415.6	1,341.0	1,462.5	7,761.4	Québec
2,521.1	2,149.0	2,253.4	2,157.4	2,027.7	2,232.2	11,603.3	Ontario
227.2	200.9	193.0	204.3	185.5	199.2	1,059.6	Manitoba
200.4	182.8	171.0	179.8	161.5	180.6	918.3	Saskatchewan
690.4	610.3	602.0	633.8	583.1	604.9	3,401.4	Alberta
931.2	853.4	876.6	918.8	858.5	864.0	4,714.9	Colombie-Britannique
6.2	6.2	6.7	7.4	7.0	6.7	31.5	Yukon
20.8	20.7	21.2	21.2	21.0	22.4	126.7	Territoires du Nord-Ouest
6,661.6	5,854.5	5,979.4	5,981.3	5,587.5	5,995.8	31,848.7	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

			Unadjusted Non désaisonnalisé		
	Price index Indice des prix	Current dollars Dollars courants	Year/year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1986 dollars Dollars constants 1986	Year/year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.5	14,446.3	4.9	12,296.7	3.7
February	118.2	14,017.7	3.6	11,862.5	1.9
March	118.7	16,792.0	2.3	14,149.0	-0.3
April	118.9	17,052.8	0.1	14,340.4	-2.6
May	119.5	18,825.2	4.7	15,757.5	1.4
June	119.3	19,315.5	4.2	16,191.0	1.4
July	119.0	17,873.4	1.5	15,021.0	-0.8
August	118.5	18,369.9	5.5	15,505.1	3.5
September	118.4	17,921.6	2.9	15,133.0	0.7
October	118.2	17,317.0	-0.2	14,655.6	-2.5
November	118.3	18,204.5	1.5	15,391.9	-0.1
December	117.6	21,386.4	-2.3	18,184.5	-3.6
Year	118.5	211,522.3	2.3	178,488.2	0.1
1996:					
January	119.2	14,878.1	3.0	12,481.0	1.5
February	119.7	14,956.3	6.7	12,492.5	5.3
March	120.4	16,811.3	0.1	13,958.8	-1.3
April	121.2	17,532.6	2.8	14,468.6	0.9
May	121.5	19,527.6	3.7	16,078.2	2.0
June	121.3	19,012.4	-1.6	15,673.1	-3.2
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

¹ Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted
Désaisonnalisé

Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
1994:					
115.8	16,638.0	0.7	14,365.4	1.1	Janvier
115.7	16,957.8	1.9	14,657.7	2.0	Février
115.1	17,226.5	1.6	14,964.1	2.1	Mars
115.3	17,016.5	-1.2	14,758.7	-1.4	Avril
115.5	17,130.0	0.7	14,827.4	0.5	Mai
115.8	17,294.4	1.0	14,929.8	0.7	Juin
116.1	17,175.3	-1.9	14,792.9	-0.9	Juillet
116.5	17,244.0	0.4	14,804.9	0.1	Août
116.6	17,272.6	0.2	14,812.5	0.1	Septembre
116.4	17,600.1	1.9	15,117.7	2.1	Octobre
116.8	17,584.4	-0.1	15,056.7	-0.4	Novembre
117.0	17,721.1	0.8	15,151.8	0.6	Décembre
116.1	206,861.0	...	178,239.6	...	Année
1995:					
117.3	17,583.6	-0.8	14,985.7	-1.1	Janvier
117.6	17,539.7	-0.2	14,913.1	-0.5	Février
118.0	17,443.2	-0.6	14,786.7	-0.8	Mars
118.4	17,449.4	--	14,731.5	-0.4	Avril
119.1	17,600.9	0.9	14,780.8	0.3	Mai
119.0	17,717.7	0.7	14,888.4	0.7	Juin
118.9	17,677.7	-0.2	14,867.2	-0.1	Juillet
118.8	17,810.0	0.7	14,988.8	0.7	Août
119.1	17,783.6	-0.4	14,929.8	-0.4	Septembre
119.1	17,585.6	-1.1	14,770.4	-1.1	Octobre
118.8	17,631.8	0.3	14,835.6	0.4	Novembre
121.0	17,690.7	0.3	14,849.1	0.1	Décembre
118.8	211,513.9	...	178,327.1	...	Année
1996:					
119.0	17,800.2	0.6	14,957.5	0.7	Janvier
119.1	17,811.8	0.1	14,954.2	--	Février
119.7	17,810.0	--	14,883.4	-0.5	Mars
120.5	17,814.2	--	14,783.6	-0.7	Avril
120.9	17,856.8	0.2	14,771.0	-0.1	Mai
120.9	17,968.8	0.6	14,860.0	0.6	Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do not include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les **ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II

TRADE GROUP COVERAGE

010 Supermarkets and Grocery Stores

6011 Supermarkets

6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

6013 Bakery products stores

6014 Candy and nut stores

6015 Fruit and vegetable stores

6016 Meat markets

6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

6031 Pharmacies

6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

6141 Children's clothing stores

6142 Fur goods stores

6149 Other clothing stores, n.e.c.

6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)

6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)

6213 Furniture refinishing and repair shops

6221 Appliance, television, radio and stereo stores

6222 Television, radio and stereo stores

6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

6231 Floor covering stores

6232 Drapery stores

6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

6311 Automobile (new) dealers

6312 Automobile (used) dealers

6321 Motor home and travel trailer dealers

6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers

6323 Motorcycle and snowmobile dealers

6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II

COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE

010 Supermarchés d'alimentation et épiceries

6011 Supermarchés d'alimentation

6012 Epiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

6013 Boulangeries-pâtisseries

6014 Confiseries et magasins de noix

6015 Magasins de fruits et légumes

6016 Marchés de viande

6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

6031 Pharmacies

6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

6141 Magasins de vêtements pour enfants

6142 Magasins de fourrures

6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.

6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)

6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)

6213 Ateliers de réparation de meubles

6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

6231 Magasins de revêtements de sol

6232 Magasins de tentures

6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

6311 Concessionnaires d'automobiles neuves

6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion

6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage

6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges

6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations	110 Stations-service
6331 Gasoline service stations	6331 Stations-service
120 Automotive Parts, Accessories and Services	120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341 Home and auto supply stores	6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Tire, battery, parts and accessories stores	6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (general repairs)	6351 Garages (réparations générales)
6352 Paint and body repair shops	6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Muffler replacement shops	6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Motor vehicle glass replacement shops	6354 Ateliers de remplacement de vitres pour véhicules automobiles
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesses de véhicules automobiles
6359 Other motor vehicle repair shops	6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Car washes	6391 Lave-autos
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.	6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
130 General Merchandise Stores	130 Magasins de marchandises diverses
6411 Department stores	6411 Magasins à rayons
6412 General stores	6412 Magasins généraux
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140 Other Semi-Durable Goods Stores	140 Autres magasins de produits semi-durables
6511 Book and stationery stores	6511 Librairies et papeteries
6521 Florist shops	6521 Fleuristes
6522 Lawn and garden centres	6522 Centres de jardinage
6531 Hardware stores	6531 Quincailleries
6532 Paint, glass and wallpaper stores	6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Toy and hobby stores	6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Gift, novelty and souvenir stores	6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
150 Other Durable Goods Stores	150 Autres magasins de produits durables
6541 Sporting goods stores	6541 Magasins d'articles de sport
6542 Bicycle shops	6542 Magasins de bicyclettes
6551 Musical instrument stores	6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Record and tape stores	6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Jewellery stores	6561 Bijouteries
6562 Watch and jewellery repair shops	6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Camera and photographic supply stores	6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
160 Other Retail Stores	160 Autres magasins de vente au détail
6021 Liquor stores	6021 Magasins de spiritueux
6022 Wine stores	6022 Magasins de vin
6023 Beer stores	6023 Magasins de bière
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticians' shops	6592 Opticiens
6593 Art galleries and artists' supply stores	6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Luggage and leather goods stores	6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Monument and tombstone dealers	6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Pet stores	6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Coin and stamp dealers	6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Mobile home dealers	6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Other retail stores, n.e.c.	6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

✓ Identify Emerging Trends

✓ Define New Markets

✓ Pinpoint Profit Opportunities

Dégagez les nouvelles tendances

Définissez les nouveaux marchés

Déterminez les possibilités de profit

To safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
 - the level of sales in retail chain and department stores;
 - what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
 - census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product, Labour Force Productivity, Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST and applicable PST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584 and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication. Via Internet: order@statcan.ca



our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui.

Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous

fournissant les détails suivants :

- les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
 - le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
 - les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
 - les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS et la TVP en vigueur, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.

Via l'Internet: order@statcan.ca

Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries.

Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Via Internet: order@statcan.ca

Receivez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.



Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'*Indicateur composite avancé* (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: order@statcan.ca

